

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA ÚČETNICTVÍ A DANÍ

Vybrané aspekty podnikání v cestovním ruchu
Selected Aspects of the Tourism Business

Student: Vendula Meixnerová
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Hakalová, Ph.D.

Ostrava 2017

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra účetnictví a daní

Zadání bakalářské práce

Student: **Vendula Meixnerová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6202R049 Účetnictví a daně
Téma: **Vybrané aspekty podnikání v cestovním ruchu**
Selected Aspects of the Tourism Business
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Podmínky a právní aspekty podnikání v cestovním ruchu
 3. Charakteristika vybraných subjektů podnikajících v cestovním ruchu
 4. Účetní a daňové aspekty vybraných podnikatelských subjektů
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

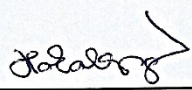
BENDA, Václav a Ladislav PITNER. *Daň z přidané hodnoty s komentářem k 1. 1. 2016*. 10. vyd. Olomouc: ANAG, 2016. 808 s. ISBN 978-80-7554-005-8.
KOLEKTIV AUTORŮ. *Meritum Účetnictví podnikatelů 2016*. 13. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 544 s. ISBN 978-7552-051-7.
PELC, Vladimír a Petr PELECH. *Daně z příjmů s komentářem 2016*. 16. vyd. Olomouc: ANAG, 2016. 1039 s. ISBN 978-80-7554-011-9.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

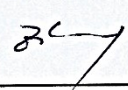
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Hakalová, Ph.D.**

Datum zadání: 18.11.2016

Datum odevzdání: 05.05.2017


Ing. Jana Hakalová, Ph.D.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou práci mimo příloh, vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 5. 5. 2017


Vendula Meixnerová

Obsah

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Úvod | 5 |
| 2 | Podmínky a právní aspekty podnikání v cestovním ruchu | 7 |
| 2.1 | Podnikání | 7 |
| 2.2 | Podnikatel | 8 |
| 2.3 | Právní formy podnikání | 9 |
| 2.3.1 | Živnost | 9 |
| 2.3.2 | Obchodní korporace | 10 |
| 2.4 | Specifika cestovního ruchu | 13 |
| 2.4.1 | Historie vývoje cestovního ruchu | 13 |
| 2.4.2 | Definice cestovního ruchu | 15 |
| 2.4.3 | Subjekt cestovního ruchu | 16 |
| 2.4.4 | Objekt cestovního ruchu | 16 |
| 2.4.5 | Předmět cestovního ruchu | 17 |
| 2.4.6 | Účastníci cestovního ruchu | 17 |
| 2.4.7 | Formy cestovního ruchu | 18 |
| 2.4.8 | Aspekty cestovního ruchu | 18 |
| 2.5 | Podnikání v oblasti cestovního ruchu | 19 |
| 2.5.1 | Cestovní kancelář | 19 |
| 2.5.2 | Cestovní agentura | 20 |
| 2.5.3 | Právní změny | 20 |
| 2.6 | Statistiky v rámci cestovního ruchu | 22 |
| 2.6.1 | Domácí a výjezdový cestovní ruch | 23 |
| 2.6.2 | Počet registrovaných subjektů v rámci cestovního ruchu | 24 |
| 2.6.3 | Návštěvnost v hotelech | 25 |
| 2.6.4 | Kapacita hromadných ubytovacích zařízení | 27 |
| 3 | Charakteristika vybraných subjektů podnikajících v cestovním ruchu | 30 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 3.1 | Charakteristika Slezské cestovní agentury – Václav Holan | 30 |
| 3.1.1 | Historie vzniku..... | 31 |
| 3.1.2 | Místo a sídlo podnikání..... | 31 |
| 3.1.3 | Logo | 32 |
| 3.1.4 | Charakteristika poskytovaných služeb..... | 32 |
| 3.1.5 | Zákazníci..... | 33 |
| 3.1.6 | Konkurence..... | 33 |
| 3.1.7 | Prostředníci | 33 |
| 3.1.8 | SWOT analýza..... | 33 |
| 3.2 | Charakteristika cestovní kanceláře TOUR SPORT, s. r. o. | 35 |
| 3.2.1 | Logo | 37 |
| 3.2.2 | Místo a sídlo podnikání..... | 37 |
| 3.2.3 | Charakteristika služeb..... | 38 |
| 3.2.4 | Smluvní partneři | 38 |
| 3.2.5 | Konkurence..... | 39 |
| 3.2.6 | SWOT analýza..... | 39 |
| 4 | Účetní a daňové aspekty vybraných podnikatelských subjektů | 41 |
| 4.1 | Slezská cestovní agentura – Václav Holan..... | 41 |
| 4.2 | CK TOUR SPORT, s. r. o. | 42 |
| 4.2.1 | Účtování o zprostředkování prodeje zájezdů..... | 43 |
| 4.2.2 | DPH | 47 |
| 5 | Závěr | 51 |
| | Seznam použité literatury | 53 |
| | Seznam zkratk..... | 56 |
| | Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce | |
| | Seznam příloh | |
| | Přílohy | |

1 Úvod

Největší změny v oblasti cestovního ruchu nastaly v České republice po roce 1989. V tomto období došlo k otevření hranic a byl zaznamenán výrazný vzestup výjezdů obyvatel do zahraničí. Převratná politická, ekonomická a sociální situace v zemi vedla k velkému rozmachu cestovního ruchu. Velkou změnu zaznamenaly cestovní kanceláře, kterých od roku 1989 do roku 1995 přibýlo více než jeden tisíc.

Pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, pod kterým si mnoho lidí představí přesun z místa na místo, a to za účelem poznávání nových míst, památek nebo návštěvy přátel. Cestovní ruch je spojován s poskytováním specifických služeb, mezi které řadíme ubytování, dopravu a stravování.

Cílem této práce je přiblížení podnikání v oblasti cestovního ruchu a charakteristika dvou vybraných subjektů, které v tomto oboru podnikají. Velmi důležité je však rozlišit cestovní kanceláře od cestovních agentur, které mnoho lidí zaměňuje. Jedná se o dva zcela jiné způsoby podnikání, jelikož každému náleží odlišné požadavky na jejich založení a celkově provoz celého podnikání se liší.

Turismus je z velké části obyvatelstva velice populární, ale v dnešní době, značně komplikované vzhledem k světové politické situaci, jež za poslední roky nastala. Mnoho lidí má obavy vycestovat do destinací, kde je zvýšená hrozba teroristických útoků, tudíž zájem o určité země z pozice zákazníka klesá.

Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. První část je teoretická a druhá část praktická. Teoretická část se zabývá charakteristikou podnikání a právními aspekty. Jsou zde vymezeny veškeré základní pojmy, jako je podnikání, podnikatel, právní formy podnikání v České republice a prvotní kroky k zahájení podnikání. Součástí teoretické části jsou také definována veškerá důležitá specifika cestovního ruchu, mezi které se řadí subjekt, objekt, účastníci nebo také formy cestovního ruchu. Dále jsou v této části uvedeny vybrané právní změny týkající se cestovního ruchu, které přinesl od 1. 1. 2014 zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník. Druhá, praktická část, je zaměřena na charakteristiku dvou vybraných subjektů podnikajících v cestovním ruchu, které se od sebe značně liší. Tyto subjekty jsou rozdílné nejen ze stránky právní, kdy každý subjekt podniká na základě jiné formy podnikání, ale také z pohledu účetnictví a daní. Prvním subjektem je Slezská cestovní agentura – Václav Holan, která působí v samém centru města Opavy. Druhý popisovaný subjekt je Cestovní kancelář TOUR SPORT, s. r. o., působící v Brně. U obou subjektů je uveden její vznik,

historie, logo, předmět podnikání, místo a sídlo podnikání, organizační struktura, současná konkurence a vytvořená SWOT analýza, která identifikuje silné a slabé stránky společnosti a možné příležitosti a hrozby. Rovněž jsou definovány účetní a daňové aspekty těchto dvou subjektů. Nechybí také uvedení vybraných specifík z pohledu daní a účtování v oblasti podnikání v cestovním ruchu.

Při zpracování bakalářské práce byly použity metody popisu, analýzy a komparace.

2 Podmínky a právní aspekty podnikání v cestovním ruchu

V první polovině této části bakalářské práce je rozebrán význam základních pojmů, týkajících se oblasti podnikání. Je zde definován pojem podnikání, podnikatel, právní formy podnikání v České republice (dále jen ČR), a také důležité podmínky, které musí být splněny pro zahájení podnikání.

V druhé polovině této části je přiblížena oblast cestovního ruchu s její definicí a historií. Dále jsou mimo jiné charakterizovány vybrané statistiky týkající se této oblasti.

2.1 Podnikání

Pro zahájení podnikání je nezbytná znalost souvisejících právních předpisů, ale jen tato znalost nám nezaručí automaticky úspěch, aniž by podnikatel neměl určité nadání v oboru. V určité míře však pomáhá podnikateli najít nejlepší cestu k úspěchu, překonat jisté překážky a vyhnout se tak možnému neúspěchu.

Pojem podnikání lze definovat ve více směrech. Může mít pojetí ekonomické, psychologické či sociálně-ekonomické. Ekonomické definuje podnikatele jako osobu, která je schopna identifikovat nabídku a poptávku, již využívá k dosažení zisku. Psychologické pojetí se zaměřuje na seberealizaci podnikatele, schopnost něco dokázat nebo vytvořit. Sociálně-ekonomické se zaměřuje na budování nových pracovních míst a hledání nejlepších cest k využití daných zdrojů (Srpová, 2010).

V současnosti lze najít definici podnikání v živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb. Do nedávna bylo možné nalézt přesnou definici podnikání v obchodním zákoníku č. 513/1991 Sb., který však byl k 1. 1. 2014 zrušen a nahrazen zákonem o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., který již však definici podnikání ani osobu podnikatele nedefinuje.

Dle obchodního zákoníku č. 513/1991 Sb., bylo podnikání definováno jako *soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.*

V živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb. § 2 nalezneme tuto definici takto: *Živností je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*

Mezi základní pojmy výše uvedených definicí patří:

- soustavnost – podnikatel vykonává činnost nepřerušovaně, pravidelně, ne pouze příležitostně,
- samostatnost – pokud je podnikatelem fyzická osoba, jedná ve všem přímo osobně, pokud právnická osoba, jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu,
- vlastní jméno – veškeré úkony činí fyzická osoba svým jménem a příjmením, právnická osoba pod svým názvem,
- vlastní odpovědnost – fyzická i právnická osoba nese veškeré riziko za výsledky své dané činnosti,
- dosažení zisku – činnost je vykonávána s úmyslem dosažení zisku, který nemusí být vždy splněn.

2.2 Podnikatel

Za podnikatele se považuje osoba, která splňuje zákonem vymezené aspekty. Osoba, která podniká se však v zásadě nerovná podnikateli. Podnikatel v právním smyslu je:

- osoba, která podniká a má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění,
- osoby, které jsou zapsány v obchodním rejstříku, například obchodní společnosti, družstva nebo také fyzické osoby, jejichž obrat je vyšší než 120 mil. Kč a další osoby o kterých to stanoví občanský zákoník § 420, odst. 2 (Šilhán, Czudek, 2015).

Má se za to, že podnikatelem je osoba podnikající na základě:

- živnostenského oprávnění dle živnostenského zákona, kde rozdělujeme živnosti na ohlašovací a koncesované;
- jiného než živnostenského oprávnění, kde řadíme například lékaře, advokáty, daňové poradce a další.

Přesná definice podnikatele je definována v občanském zákoníku č. 89/2012 Sb. § 420 odst. 1, a to takto „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele*“.

2.3 Právní formy podnikání

Mezi první velmi důležité kroky patří výběr vhodné právní formy podnikání. Mnoho podnikatelů se rozhoduje dle převažujících forem budoucí konkurence. I když se dá toto rozhodnutí v průběhu podnikání kdykoliv změnit, přináší s sebou mnohdy vysoké náklady spojené se změnou a mohou nastat také velké organizační změny. Proto se doporučuje rozhodnutí dobře zvážit a vybrat právě tu nejvhodnější formu podnikání a předejít možným komplikacím. V této kapitole jsou představeny jednotlivé právní formy podnikání detailněji.

2.3.1 Živnost

Živnostenské podnikání se dle živnostenského zákona č. 455/1991 Sb. dělí na ohlašovací a koncesované. Živnost si může založit každá fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené zákonem. V současnosti slouží jako živnostenské oprávnění výpis ze živnostenského rejstříku, který vydává živnostenský úřad. V minulosti byl však vydáván papírový doklad o živnosti, nazýván jako živnostenský list. K získání živnostenského oprávnění je nutné splnit všeobecné podmínky provozování živnosti:

- věk – podnikatel musí dosáhnout věku 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost – dokládá se výpisem z rejstříku trestů (zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání).

Živnost ohlašovací

Tyto živnosti jsou udělovány na základě splnění všeobecných podmínek takzvaným ohlášením. Není tedy nutné povolení k provozování činnosti. U určitých živností však může být podmínkou splnění odborné způsobilosti. Živnost vzniká dnem ohlášení na živnostenském úřadě. Ohlašovací živnosti se dělí na:

- řemeslné – nutné se vždy prokázat dokladem o řádném ukončení vzdělání (výuční list, maturitní vysvědčení, vysokoškolský diplom nebo doklad o uznání odborné rekvalifikace),
- vázané – nutnost dodat osvědčení o odborné způsobilosti získané vzděláním a v některých případech také doložení praxe,
- volné – nevyžaduje prokázání žádné odborné ani jiné způsobilosti (zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání).

Živnost koncesovaná

Koncesované živnosti mohou být provozovány pouze na základě koncese. I zde se váže nutnost doložit odborné znalosti žadatele. U této živnosti je nutné povolení k provozování činnosti. Mezi tyto živnosti řadíme činnosti jako je například provozování cestovní kanceláře (dále jen CK), nákup a prodej výbušnin a provádění pyrotechnického průzkumu.

Po splnění podmínek podnikatel následně požádá živnostenský úřad o vydání koncese, které trvá až dva měsíce. Tato lhůta však zahrnuje i lhůtu 30ti dnů, v které je věcně příslušný státní orgán povinen zaslat své vyjádření k podané žádosti. V případě, že podnikatel nesplňuje podmínky dané zákonem, a to zejména odbornou kvalifikaci, která je stanovena pro určité obory činnosti, může podnikat prostřednictvím odpovědného zástupce. Odpovědným zástupcem je fyzická osoba ustanovená podnikatelem, jenž odpovídá za řádný provoz živnosti a za dodržování živnostenskoprávních předpisů a je k podnikateli ve smluvním vztahu. Nikdo nemůže být ustanoven do funkce odpovědného zástupce pro více než čtyři podnikatele. U živností ohlašovacích se tato možnost neustanovuje, jelikož tento druh živnosti nevyžaduje odbornou ani jinou zvláštní způsobilost (zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání).

2.3.2 Obchodní korporace

Obchodní korporace jsou zpravidla založena za účelem podnikání a jedná se vždy o právnické osoby. Podnikání začíná dnem, kterým je právnická osoba zapsána do obchodního rejstříku, což je veřejný seznam veden v elektronické podobě rejstříkovými soudy. Do obchodního rejstříku se zapisují základní identifikační údaje o podnikatelích stanovené zákonem, především:

- název subjektu či jméno,
- sídlo nebo adresa pobytu,
- právní forma,
- datum vzniku a zániku,
- identifikační číslo u právnických osob,
- datum narození a rodné číslo u fyzických osob,
- předmět podnikání,
- statutární orgán s počtem jeho členů a základními údaji,
- a další informace dle povahy daného subjektu.

Mezi obchodní korporace řadíme osobní společnosti (v. o. s. a k. s.), kapitálové společnosti (s. r. o. a a. s.) a družstva. Jednotlivé společnosti se od sebe podstatně liší. Níže jsou dílčí obchodní korporace představeny detailněji (Šilhán, Czudek, 2015).

Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.) je společností alespoň dvou osob, které se podílí na jejím podnikání a za své závazky ručí společně a nerozdílně. Základní dokument tvoří společenská smlouva ověřená podpisy. Statutární orgán tvoří všichni společníci, kteří splňují podmínky stanovené zákonem. Společenská smlouva může určit, zda budou tvořit statutární orgán všichni společníci nebo jen jeden z nich. Vklady zde nejsou ze zákona povinné, ale může být povinnost určena ve smlouvě. Společníci se přímo podílí na rozhodování činnosti dané společnosti a rozdělují si zisk či ztrátu zásadně rovným dílem. V případě smrti společníka, výpovědi společníka, či prohlášením konkursu na majetek některého ze společníků se společnost ruší (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

Výhodou v.o.s. je nulový základní kapitál. Naopak za nevýhodu můžeme považovat neomezené ručení všech společníků, což s sebou může přinést značná rizika.

Komanditní společnost

Komanditní společnost (k. s.) tvoří minimálně jeden komplementář a jeden komanditista, přičemž komplementář ručí za její dluhy neomezeně a komanditista pouze do výše svého nesplaceného vkladu. Základním dokumentem, který upravuje veškeré pravomoci ve společnosti je společenská smlouva. Statutárním orgánem jsou komplementáři, kteří mají silné oprávnění k rozhodování společnosti. Dělení zisku je zde poněkud komplikované než u v. o. s. Zisk a ztráta se v této společnosti dělí na dvě poloviny, a to mezi samotnou komanditní společnost a komplementáře, neurčí-li společenská smlouva jiné rozdělení. Část zisku si komplementáři rozdělí společně a nerozdílně. Zbylá část rozděleného zisku, který patří společnosti, se nejdříve zdaní pomocí daně z příjmů právnických osob a následně se rozdělí mezi komanditisty v poměru jejich uskutečněných vkladů do společnosti (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) je společností, ve které převažují kapitálové prvky. Všechny společníky spojuje společenská smlouva, která plní úlohu základního dokumentu společnosti. V této smlouvě můžeme najít výši základního kapitálu, který je v tomto případě povinný, výši vkladů jednotlivých společníků, a také podíly na zisku.

V případě, že společnost zakládá pouze jedna osoba, hovoříme o základním dokumentu jako o zakladatelské listině. Statutární orgán společnosti tvoří jeden nebo více jednatelů, které volí valná hromada. Zakladatelem může být jak fyzická, tak i právnická osoba. Kontrolní orgán společnosti tvoří dozorčí rada, která má za úkol kontrolu práce a činnosti jednatelů (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

Výhodou u této společnosti je výše vkladu, která je od 1. ledna 2014 upravena na pouhou 1 Kč. V minulých letech činil minimální vklad základního kapitálu 200 tisíc Kč.

Akciová společnost

Akciová společnost (a. s.) je společností ryze kapitálovou. Jako jediná z výše uvedených společností má tu výhodu, že akcionáři neručí za závazky společnosti. Na druhou stranu je zde vysoká výše základního kapitálu, která činí 2 milióny Kč nebo 80 tisíc EUR, tudíž tuto právní formu podnikání používají především velké společnosti. Výše základního kapitálu se rozděluje na určitý počet vydaných akcií. Akcie je cenný papír, který vyjadřuje podíl akcionáře ve společnosti. Veškeré práva a povinnosti společníka jsou zahrnuty v akci, které lze také převést na jinou osobu, přičemž velkou roli zde hraje její forma. Existují dvě formy cenného papíru, a to na řad, nebo na doručitele.

Vnitřní struktura společnosti má dva možné systémy, dualistický a monistický. Dualistický systém je tvořen valnou hromadou, představenstvem a dozorčí radou. Systém monistický valnou hromadou, statutárním ředitelem a správní radou. V současnosti převládá v praxi systém dualistický. Funkci statutárního orgánu u dualistického systému tvoří představenstvo, v případě monistického statutární ředitel (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

Družstva

„Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání“ (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, § 552, odst. 1).

Vznik této zvláštní formy podnikání je podmíněn minimálně třemi členy. Základním dokumentem, který upravuje vznik a chod družstva, jsou stanovy. Každý člen musí splnit základní členský vklad, a to buď do 15 dnů od konání ustavující schůze anebo lze vložit pouze vstupní vklad a zbytek doplatit do 3 let. (zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

Družstva jsou v dnešní době již na ústupu. Mezi typická družstva řadíme bytové a sociální.

2.4 Specifika cestovního ruchu

V této podkapitole je charakterizována historie a veškerá důležitá specifika cestovního ruchu. Je uveden rozdíl mezi cestováním a cestovním ruchem, a také její přesná definice. Dále je vymezeno kdo je subjektem a co tvoří objekt cestovního ruchu. Velmi důležitým, pro vytváření statistik, je také přesné definování účastníků, kteří se podílejí na cestovním ruchu, což je rozebráno níže.

2.4.1 Historie vývoje cestovního ruchu

Historie cestovního ruchu v ČR sahá do roku 1888, kdy byl založen Klub českých turistů. Mezi hlavní důvody založení byla organizace služeb cestovního ruchu, tedy pořádání přednášek, výletů, vydávání turistických map a průvodců, a postupné budování turistických cest a ubytovacích zařízení, tehdy se jednalo zejména o chaty a noclehárny. Významným činem Klubu v roce 1889 bylo založení Časopisu turistů, který patří mezi jeden z nejstarších v Evropě z hlediska cestovního ruchu. Vrcholem všech činností Klubu před vznikem samostatného státu bylo považováno budování turistických chat a rozhleden.

Po vzniku samostatného československého státu se cestovnímu ruchu otevřely úplně nové obzory a zvýšila se rovněž chuť obyvatelstva k cestování. Hlavním programem Klubu československých turistů v letech 1918 – 1938 bylo:

- zpřístupňování jeskyň obyvatelstvu,
- značkování a stavba turistických cest,
- podpora mládeže k cestování,
- zvyšování bezpečnosti a první pomoci v horách,
- ochrana a udržování památek,
- vydávání map, průvodců a časopisů,
- budování rekreačních zařízení,
- zvyšování úrovně hostinství.

V roce 1937 vlastnil Klub téměř 121 hotelů, nocleháren, chat a restaurací s kapacitou 10 000 lůžek. V tehdejší Československu byl považován za největšího soukromého ubytovatele. Délka značených turistických cest se přiblížila 40 000 km a mezi nejvýznamnější

se považuje síť stezek v Krkonoších. Probíhala nová výstavba koupališť a plováren, např. v Brně, a v Prachovských skalách. Dále se zřizovaly informační tabule a ve větších městech probíhala výstavba informačních kanceláří.

Největší změna v cestovním ruchu nastala od roku 1948, kdy došlo k výraznému omezení svobodného cestování do zahraničí. Padesátá léta byla celkovým úpadkem domácího i zahraničního ruchu, a to především z politických, ale i z ekonomických důvodů. Prvním omezujícím krokem bylo po roce 1948 postupné znárodnění majetku soukromých podnikatelských subjektů, zejména restaurací, lázeňských zařízení a hotelů. V této souvislosti došlo také ke zrušení a znárodnění turistické infrastruktury Klubu československých turistů, jednoho z nejdůležitějších organizátorů v cestovním ruchu.

Koncem padesátých let se objevily tzv. výběrové rekreace ROH organizované ústřední radou. Tyto výběrové rekreace pracujících byly realizované formou poukazů a udržely se až do roku 1989. V roce 1959 disponovala rada s 1 000 lůžky, na konci 80. let již s 14 000 lůžky. Tato forma rekreace se vyvíjela ve třech etapách. V první etapě od poloviny 50. do poloviny 60. let sloužily objekty zejména pro sportovní vyžití zaměstnanců, přičemž vybavenost byla většinou na nízké úrovni. Ve druhé etapě na přelomu 60. a 70. let se začala postupně zvyšovat úroveň vybavenosti, ale převážná část objektů byla s malou ubytovací kapacitou a nedostatečnou nabídkou služeb. Vrchol rozvoje těchto podnikových rekreací nastal v období 70. a 80. let. Důsledkem byla široká škála zařízení pro podnikové rekreace.

Zásadní změny ve vývoji cestovního ruchu v ČR nastaly po roce 1989. Jednu z prvních etap změn zahájil v roce 1991 zákon o tzv. malé privatizaci, při kterém byla znárodněna zařízení, byť v částečně zanedbaném stavu postupně vrácena zpět do rukou podnikatelů. Jednalo se především o menší restaurační a ubytovací zařízení. Tento proces trval zhruba do roku 2006. V období 1993 – 2000 nastala tzv. velká privatizace, která se týkala především velkých a významnějších zařízení a to hotelů, podnikových a lázeňských zařízení a CK. Další významnou změnou byla změna poptávky díky otevření hranic, a to jak v zahraničním pasivním, tak i v aktivním cestovním ruchu.

Po roce 1989 zaznamenaly velkou změnu také CK. Koncem roku 1989 existovalo v ČR 11 státních CK a v roce 1995 jich bylo evidováno téměř 1 100. Těmito změnami se cestovní ruch opět navrátil k „normálním“ poměrům (Vystoupil, 2011).

2.4.2 Definice cestovního ruchu

Pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, přičemž se tyto dva pojmy od sebe značně liší.

Pod pojmem cestování si mnoho z nás představí přesun z místa na místo za účelem dovolené, návštěvy známých či přátel, anebo také poznávání nových destinací a památek. Lze to tedy chápat jako přechodný pobyt na jiném místě za různým účelem aktivit.

Na rozdíl od cestování je cestovní ruch pojmem daleko širším, který je spojován s poskytováním specifických služeb, jako je doprava, ubytování, stravování či pojištění, které je zabezpečeno různými organizacemi. Cestovní ruch tedy nastává tehdy, kdy se cestování stává masovým jevem. Pokud se nad tímto pojmem zamyslíme do hloubky, je možné říct, že do definice cestovního ruchu zahrneme také například studenty odjíždějící do zahraničí na studijní pobyty, účastníky pracovních konferencí či jiných pracovních aktivit. Lze také říci, že na cestovním ruchu se podílejí a mají podstatný vliv na jeho rozvoj čtyři různé skupiny, které vytváří také různé pohledy na cestovní ruch:

- turista – značný vliv na rozhodnutí tvoří povaha dané osoby, která tím ovlivňuje volbu destinací a aktivit, přičemž dosáhne uspokojení svých potřeb,
- firmy nabízející zboží a služby – podnikatelé, kteří vidí v cestovním ruchu příležitost dosáhnout zisku,
- správa hostitelských zemí – politici vidí v cestovním ruchu kapitál směřující do ekonomiky pod jejich správou, berou v úvahu například daňové příjmy, které platí turisté ať už přímo nebo nepřímo,
- hostitelská komunita – občané svých zemí považují cestovní ruch za faktor, který značně ovlivňuje jejich místní kulturu a zaměstnanost (Goeldner, 2014).

„Cestovní ruch můžeme definovat jako komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejnosprávních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“ (Goeldner, 2014, s. 4).

Během 20. století vznikly desítky různých definic, které značně komplikovaly srovnávání mezinárodního cestovního ruchu a vytváření statistik. Úsilím mezinárodních

organizací bylo jejich sjednocení, a proto v roce 1991 v Ottawě svolala Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) Mezinárodní konferenci. Výsledkem této konference bylo přesné vymezení cestovního ruchu, na kterém se shodlo 250 reprezentantů z 91 zemí. Definice, která vzešla z konference, zní takto „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Beránek a kol., 2013, s. 15).

2.4.3 Subjekt cestovního ruchu

Za subjekt cestovního ruchu se považuje osoba, která uspokojuje své potřeby z hlediska cestování a je charakterizována různými vlastnostmi, například psychologickými, ekonomickými či sociálními. Pro poskytovatele služeb cestovního ruchu je znalost vlastností nezbytná. Z hlediska ekonomiky je osoba subjektem poptávajícím a zároveň spotřebitelem produktu cestovního ruchu (Beránek a kol., 2013).

2.4.4 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu jsou obecně považována veškerá turistická místa, hotely a komplexy, které určitý subjekt poptává. Z ekonomického hlediska je objekt předmětem nabídky, kdy subjekt cestuje do svého cílového místa, které splňuje veškeré jeho požadavky a budou tam uspokojeny jeho potřeby.

Ve spojení s objektem cestovního ruchu rozlišujeme primární a sekundární nabídku. Primární nabídka představuje veškerá přírodní a kulturní místa, která jsou nerovnoměrně rozmístěna v prostoru, disponují svou jedinečností a jsou účastníkem vyhledávání. Přitažlivost primární nabídky závisí na dostatečném množství a kvalitě potenciálu v cílovém místě. Naopak sekundární nabídka představuje souhrn veškerých zařízení a podniků, které umožňují návštěvníkovi v přechodném období se stravovat, ubytovat, popřípadě využívat různé doplňkové služby, ať už sportovní, kulturní nebo rekreační. Infrastrukturní vybavenost je závislá na primární nabídce, například hlavní město ČR – Praha těží z vysoké koncentrace kulturně-historických míst a památek (Beránek a kol., 2013).

2.4.5 Předmět cestovního ruchu

Za předmět cestovního ruchu považujeme produkt, často označován také jako turistický produkt. Produkt cestovního ruchu představuje jakýkoliv výrobek či službu, která uspokojuje potřeby účastníků. V mnoha případech produkt představuje soubor nabízených aktivit a služeb, které nabízí cílové místo a podniky. Nejčastějším produktem je zájezd - produkt CK, který nabízí účastníkovi sestavenou kombinaci dopravy a ubytování za souhrnnou cenu (Beránek a kol., 2013).

2.4.6 Účastníci cestovního ruchu

V rámci sledování cestovního ruchu a vytváření různých statistik je velmi důležité podrobné rozdělení účastníků do skupin, které zahrnujeme do této oblasti. Rozdělení, které je uznáváno mezinárodně, vypadá následovně:

- stálý obyvatel – z hlediska domácího cestovního ruchu považujeme za stálého obyvatele osobu, která žije na určitém místě minimálně 6 po sobě jdoucích měsíců před příjezdem na jiné místo, kde pobyt musí být kratší než 6 měsíců; z hlediska mezinárodního cestovního ruchu je to osoba, která žije v dané zemi minimálně 1 rok před příjezdem do jiné země, avšak v této zemi pobývá méně než 1 rok,
- návštěvník – osoba, která navštěvuje různá místa ve své zemi, ale mimo své bydliště, anebo vycestuje do zahraničí na dobu kratší než 1 rok a za účel dané cesty se nepovažuje výdělečná činnost,
- turista – osoba, která v rámci svého cestování stráví minimálně jednu noc na určitém místě,
- výletník, jednodenní návštěvník – osoba, která vycestuje na určité místo bez noclehu a cesta je kratší než 24 hodin.

Samostatnou skupinou, kterou také zahrnujeme mezi účastníky cestovního ruchu, je **tranzitní návštěvník**. Pod tímto pojmem rozumíme osobu, která se v rámci své cesty zastaví v daném místě nebo v jiné zemi než je cíl jeho cesty, přičemž zastávka není časově omezena (Beránek a kol., 2013).

Výše uvedené rozdělení účastníků se provádí dle doby trvání cesty, ale lze je také rozlišit podle místa bydliště. Dělíme je na domácí a zahraniční návštěvníky. Za domácího

návštěvníka neboli rezidenta považujeme osobu, která nepřekračuje hranice své země. Zahraniční osoba nebo také nerezident je osoba, která navštěvuje zemi jinou než kde má své bydliště (Beránek a kol., 2013).

2.4.7 Formy cestovního ruchu

V ČR rozeznáváme základní a specifické formy cestovního ruchu, které se odvíjí od potřeb účastníků, které mohou být různé. Někteří vyhledávají rekreační místa plné přírody, jiní místa se sportovním vyžitím, historií či kulturou. Mezi základní formy cestovního ruchu patří:

- rekreační cestovní ruch – vyznačuje se uspokojováním fyzických i duševních potřeb účastníka v prostředí, u kterého lze nalézt lesy, hory či řeky, u nás je nejčastějším příkladem chataření a chalupaření,
- kulturně poznávací cestovní ruch – s cílem poznání historie, tradic, kultury aj.,
- sportovně-turistický cestovní ruch – je zaměřen na aktivní účasti při sportovních činnostech, obsahem je však také pasivní účast,
- léčebný a lázeňský cestovní ruch – je cílený na léčbu nebo také prevenci a celkovou relaxaci.

Specifické formy jsou zaměřeny na zvláštní potřeby určitých specializovaných segmentů. Řadíme zde cestovní ruch mládeže, seniorů, rodin, lidí s handicapem, anebo městský či venkovský. Součástí je také chalupářský, náboženský, gastronomický, popřípadě cestovní ruch zaměřen na sporty nebo hobby jako je cykloturistika, rybolov, karavanová turistika aj. (Ryglová, 2011).

2.4.8 Aspekty cestovního ruchu

Cestovní ruch je velmi rozsáhlým odvětvím. Pokud se hovoří o podnikání v oblasti cestovního ruchu, hovoří se o záležitosti na dobu delší než 1 rok, kdy podnikatel musí brát v úvahu i případnou špatnou sezonu, kterou může ovlivnit například nepříznivé počasí. Je zde velká závislost na přírodě, která je velmi významná nejen pro chataře, ale také pro milovníky přírody. Vyrobený produkt cestovního ruchu má nehmotný charakter, nelze jej nikde skladovat. Je zde úzký vztah nabídky a poptávky, kdy je možné uvést příklad snížení ceny zájezdu do určité destinace a následné zvýšení poptávky po zájezdu z řad zákazníků. Cestovní ruch se vyznačuje také velkou závislostí na sezónnosti, kdy například horská střediska jsou

nejvíce využívána v zimním období. Lze se také setkat s místním a časovým oddělením nabídky a poptávky od spotřeby, kdy například cestovní agentura (dále jen CA) nabízí v létě k prodeji na svých webových stránkách zájezd v zimním období od CK, se kterou mají sepsanou smlouvu. Mezi další specifikum je možné zařadit místní a časovou vázanost tvorby, realizace a spotřeby služeb, kde jako příklad lze uvést neobsazené sedadlo v letadle v době letu (Ryglová, 2011).

2.5 Podnikání v oblasti cestovního ruchu

Pro začínající podnikatele v oblasti cestovního ruchu je nutné vymezení dané činnosti, kterou chce podnikatel provozovat. Je možné se zde setkat s dvěma pojmy, které je velmi důležité rozlišovat, jelikož se značně od sebe liší. Hovoří se zde o CK a CA. Rozdíl mezi CK a CA spočívá zejména v rozsahu jejich činností, ale také v předmětu podnikání. Níže jsou tyto dva pojmy podrobněji rozebrány.

2.5.1 Cestovní kancelář

Podnikatel provozuje svou činnost na základě živnostenského oprávnění s předmětem podnikání provozování CK. Tato živnost patří podle živnostenského zákona mezi koncesované živnosti a podnikatel musí splňovat zákonem požadovanou odbornou způsobilost:

- vysokoškolské vzdělání v oblasti cestovního ruchu,
- vyšší odborné vzdělání v oblasti cestovního ruchu,
- střední vzdělání s maturitní zkouškou v oblasti cestovního ruchu,
- vysokoškolské vzdělání a 1 rok praxe v oboru,
- vyšší odborné vzdělání a 3 roky praxe v oboru,
- střední vzdělání s maturitní zkouškou a 6 let praxe v oboru,
- osvědčení o rekvalifikaci a 6 let praxe v oboru,
- doklad o profesní kvalifikaci pro provozování CK a 2 roky praxe v oboru (zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání).

CK v rámci živnosti je oprávněna:

- organizovat, nabízet a prodávat zájezdy,
- nabízet a prodávat služby cestovního ruchu,
- organizovat a nabízet kombinace služeb cestovního ruchu a dále je prodávat jiné CK,
- zprostředkovávat prodej služeb cestovního ruchu pro CA nebo jinou CK, případně jiné osoby,
- zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou CK, přičemž smlouva o zájezdu v těchto případech musí být uzavřena jménem CK, pro kterou je zájezd zprostředkován,
- prodávat věci, které souvisejí s cestovním ruchem, jako jsou mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce, upomínkové předměty a vstupenky (zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu).

2.5.2 Cestovní agentura

Provozování CA a průvodcovská činnost je dle živnostenského zákona č. 455/1991 Sb. činností živnosti volné s předmětem podnikání výroba, obchod a služby, které nejsou uvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona. Obor této činnosti je provozování CA a průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu.

V rámci této činnosti je možné nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu vyjma prodeje zájezdů. Je samozřejmě také možné prodávat věci související s cestovním ruchem, jako jsou mapy, vstupenky, tištěné průvodce a jiné upomínkové předměty.

Souhrnně lze tedy říci, že základní rozdíl mezi CK a CA spočívá v tom, že CA nemůže svým klientům organizovat, nabízet nebo prodávat zájezd. CA je oprávněna pouze zprostředkovat svým klientům zájezd od CK.

2.5.3 Právní změny

Od 1. 1. 2014, kdy byl přijat nový občanský zákoník č. 89/2012 Sb. se cestovní ruch změnám taktéž nevyhnul. Níže je rozebráno pár hlavních změn, které nová úprava přináší.

Smlouva o zájezdu

V roce 2014 přinesla nová úprava také nový název pro cestovní smlouvu, a to smlouva o zájezdu, jejíž název je vhodnější, jelikož obsah uzavřené smlouvy se netýká pouze cesty, ale je v něm zahrnuto i ubytování a doprava. Dále nový zákon na rozdíl od starého občanského zákoníku nevyžaduje, aby byla smlouva písemná. Stačí, když klient obdrží písemné potvrzení o zájezdu, kde jsou uvedeny veškeré důležité informace, jako je cena, zahrnuté služby v balíčku zájezdu, platební a storno podmínky a způsob uplatnění reklamace. Potvrzení o zájezdu nemusí být potvrzeno klientem, jelikož se předpokládá, že klient s veškerým obsahem souhlasí, pokud uhradil cenu uvedenou na potvrzení. I přesto některé CK trvají na tom, aby byla sepsána smlouva o zájezdu, především při plánování zájezdů na míru. Vzorovou smlouvu o zájezdu je možné vidět v příloze č. 1.

Reklamace a pomoc v nesnázích

Nově se lhůta pro vytknutí vad zájezdu zákazníkem zkracuje, a to ze 3 měsíců na 1 měsíc od skončení zájezdu. V případě, že zákazník do 1 měsíce nevytkne vadu zájezdu, může pořadatel uplatnit námitku promlčení. Případné vady je nutné vytknout bez zbytečného odkladu, a pokud je to možné, tak delegátovi přímo na místě. Jestliže se delegát na dovolené nenachází či nedojde na místě k nápravě, pak po skončení zájezdu písemně pořadateli.

Naopak se pro zákazníka rozšiřuje pomoc v nesnázích. Nový občanský zákoník udává, že pokud se zákazník dostane po zahájení zájezdu do nesnází, tak je pořadatel povinen neprodleně poskytnout pomoc. V případě předchozí právní úpravy musela CK poskytnout pomoc v nesnázích až v případě, pokud byla škoda způsobena třetí osobou, jež není nijak spojena s poskytováním zájezdu či neodvratitelnou událostí, které nešlo zabránit.

Újma z narušení dovolené

Zaručuje zákazníkovi nahradit nehmotnou neboli osobní újmu za narušení dovolené, kterou způsobil pořadatel porušením povinností, za kterou odpovídá. Tato náhrada je taktéž známá mezi veřejností jako náhrada za ztrátu radosti z dovolené.

Peněžitou náhradu lze požadovat po pořadateli například v případě, že se zákazník nakazil při konzumaci hotelových potravin salmonelózou nebo pokud byl zákazník ubytován kilometr od pláže v průmyslové zóně namísto slibovaného hotelu poblíž moře v klidné oblasti či pokud byl zájezd zákazníkovi zkrácen. Pořadatel, pokud se k tomu výslovně nezavázal, neručí za skutečnosti, které nemohl ovlivnit, jako jsou například neposlušné děti v hotelu,

déšť, bouřka. Výše náhrady se odvíjí od rozsahu a intenzity porušení povinností pořadatele a na dopady osobní újmy zákazníka.

Právo na náhradu za narušení dovolené mají pouze ti zákazníci, kteří jedou na dovolenou s primárním účelem relaxace. Toto právo se nevztahuje na zákazníky, kteří se účastní konference, služební cesty, školení nebo vzdělávacího pobytu.

Školní zájezdy

V novém zákoně je zvlášť vyčleněna také úprava zahraničního školního pobytu, kde na prvním místě je zvýšená ochrana žáka jako zákazníka. Žák, který je přihlášen na zahraniční školní pobyt, má právo odstoupit od smlouvy ještě před zahájením zájezdu, a to bez jakýchkoliv poplatků. Pod pojmem žák se zde rozumí nejen žák základní školy, ale obecně každý, kdo se za účelem vzdělávání připravuje na budoucí povolání, tudíž jsou zde zařazeni také studenti středních a vysokých škol.

Pořadatel zájezdu

Podle nové úpravy se za pořadatele zájezdu nepovažuje pouze CK, ale rovněž všichni, kteří zájezd nabízí veřejnosti podnikatelským způsobem. Pod pojmem podnikatelský způsob se rozumí nabízení zájezdu opakovaně a za účelem dosažení zisku.

Postoupení smlouvy

Zvlášť je vyčleněn také vznik práva zákazníka na postoupení smlouvy, a to v případě, pokud třetí osoba splňuje veškeré podmínky účasti na zájezdu. Tato změna smlouvy však musí být oznámena pořadateli zájezdu včas společně s prohlášením postupníka, že s uzavřenou smlouvou souhlasí a že splní veškeré podmínky se smlouvou spjaté. Toto oznámení je považováno za včasné, pokud je doručeno pořadateli alespoň sedm dnů před začátkem zájezdu. Kratší lhůtu lze ujednat, jestliže je smlouva o zájezdu uzavřena v době kratší než sedm dnů před zahájením vybraného zájezdu.

Postupitel i postupník jsou zavázáni k úhradě ceny zájezdu a nákladů spojených se změnou zákazníka ve smlouvě společně a nerozdílně.

2.6 Statistiky v rámci cestovního ruchu

V této podkapitole je možné nalézt pár vybraných statistik z oblasti cestovního ruchu. Jako první je uveden graf, ve kterém lze vidět, jak se vyvíjel domácí a výjezdový cestovní ruch ve 3. čtvrtletí za poslední 3 roky. V neposlední řadě je uveden graf, který ukazuje počet registrovaných CA a CK v ČR od roku 2012. Dále je možné vidět vývoj návštěvnosti

v hotelech, a to jak rezidentů, tak nerezidentů ČR a vývoj kapacity v hromadných ubytovacích zařízeních ve dvou vybraných krajích.

2.6.1 Domácí a výjezdový cestovní ruch

Výběrové šetření cestovního ruchu tvoří zdroj údajů o výjezdovém a domácím cestovním ruchu rezidentů ČR. Toto šetření je prováděno každý měsíc u náhodných domácností, kde tazatel pověřený Českým statistickým úřadem se dotazuje všech členů. Do konce roku 2008 však zjišťovali tazatelé informace pouze od jednoho člena domácnosti, který musel být starší 15 let. Do procesu šetření jsou zahrnovány všechny osoby, které obvykle žijí na území ČR, s výjimkou osob žijících dlouhodobě v hromadných ubytovacích zařízeních.

Respondenti jsou dotazováni na cesty, které byly uskutečněny ve vymezeném období. Jsou zjišťovány údaje o cestách soukromých i služebních, přičemž cesta nesmí překročit 12 měsíců. Mezi soukromé je možno zařadit návštěvu známých, lázně či také různé rekreace.

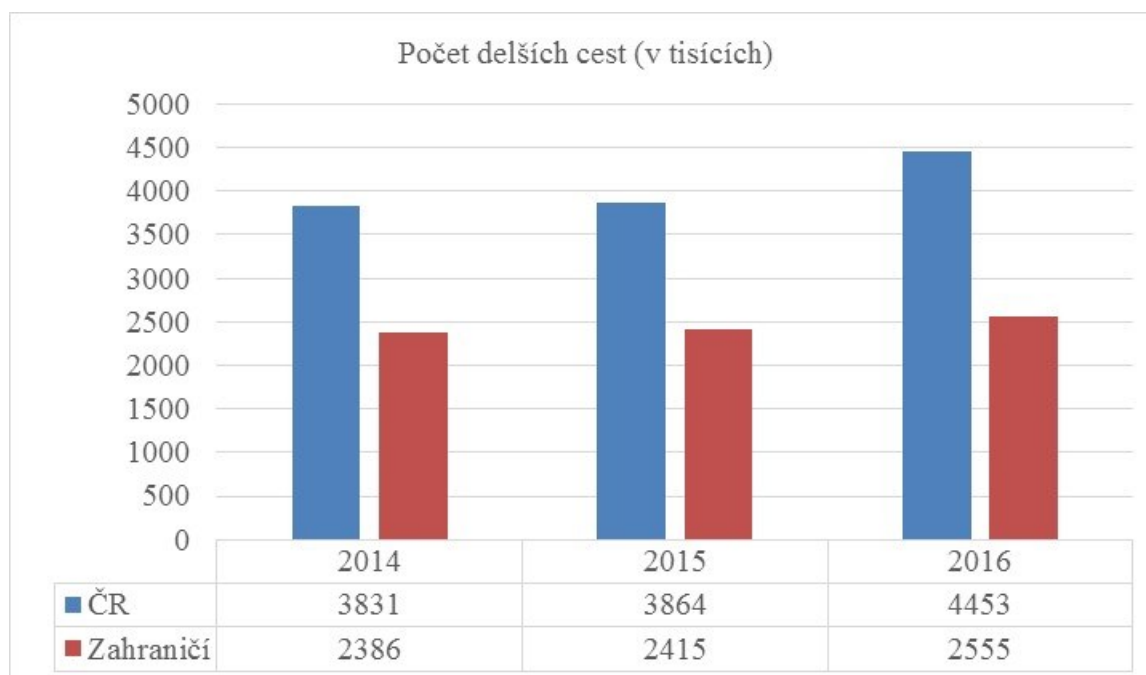
Výsledky šetření jsou následně přepočteny pomocí váhových koeficientů podle území, pohlaví, a také věkových skupin, které jsou následně publikovány čtvrtletně.

V grafu 2. 1, který je uveden níže, lze nalézt, jak se vyvíjel domácí a výjezdový cestovní ruch ve 3. čtvrtletí v jednotlivých letech. Rapidní nárůst je možné vidět v roce 2016 u domácího cestování, kde se počet přenocování navýšil o více než 500 tisíc. Tento nárůst je zaznamenán pouze v rámci domácího cestovního ruchu, což je možné brát jako následek světové politické situace, jež za poslední roky nastala nebo také následek kurzových rozdílů.

Pod pojmem domácí cestovní ruch se rozumí turistika rezidentů v jejich domácím prostředí, tudíž v ČR mimo jejich trvalé nebo obvyklé bydliště. Naopak výjezdový cestovní ruch představuje turistiku rezidentů realizovanou v zahraničí.

Počtem delších cest se v rámci grafu rozumí 4 a více přenocování.

Graf 2.1 Vývoj domácího a výjezdového cestovního ruchu v letech 2014 - 2016



Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu

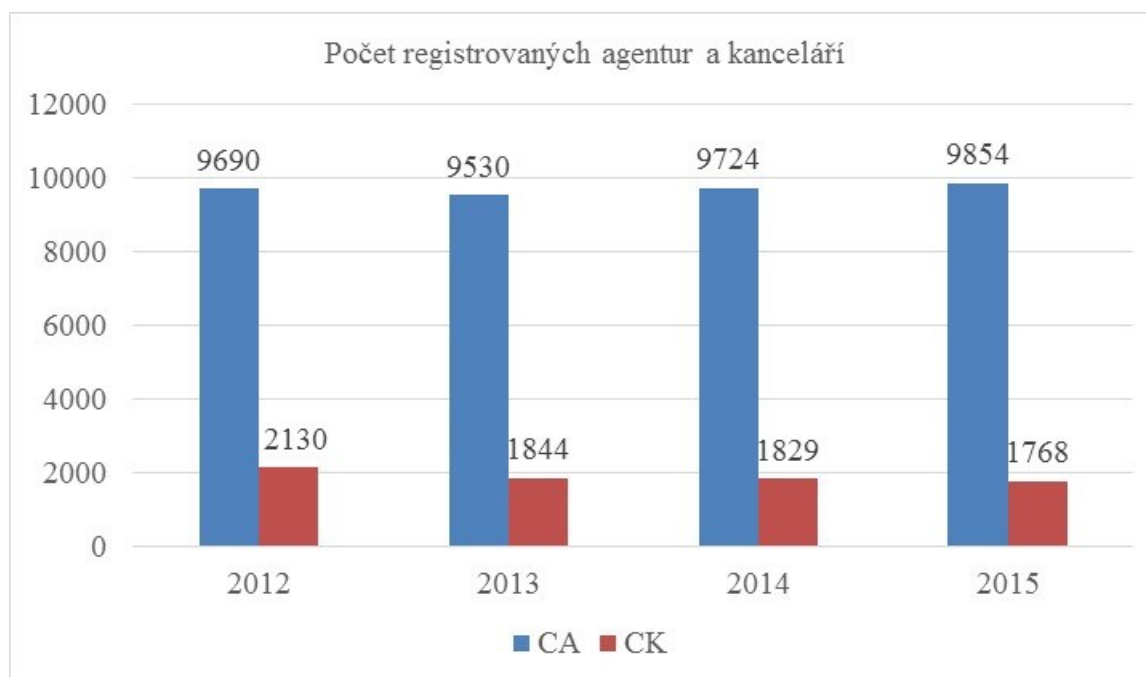
Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

2.6.2 Počet registrovaných subjektů v rámci cestovního ruchu

V grafu 2.2 je možné vidět, jak se měnil stav počtu registrovaných ekonomických subjektů v rámci cestovního ruchu. Do CA jsou řazeny také ostatní rezervační systémy, které souvisejí s touto činností.

Počet CK se ve sledovaném období každoročně snižuje. Za důvod poklesu může být považováno zpřísnění podmínek pro podnikání v oblasti cestovního ruchu nebo také větší nároky pro získání platného pojištění pro případ úpadku, které je dle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu povinné. Co se týče počtu CA, tak se od roku 2013 zvyšuje.

Graf 2.2 Počet registrovaných agentur a kanceláří od roku 2012 – 2015



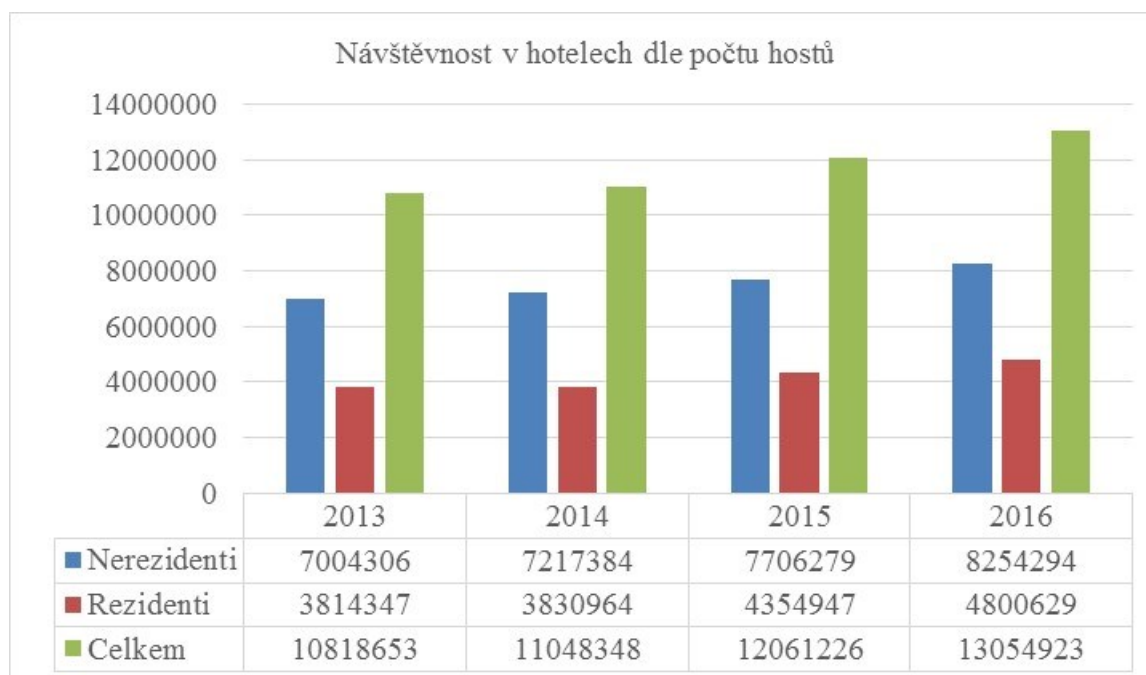
Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ceska-republika-od-roku-1989-v-cislech-vy42dggohg#10>

2.6.3 Návštěvnost v hotelech

V následujícím grafu 2. 3 lze vidět, jak se vyvíjela návštěvnost v hotelech v ČR za jednotlivé roky dle počtu ubytovaných hostů. Největší meziroční nárůst je možné zaznamenat v roce 2015, kdy se návštěvnost zvýšila o více než 1 milion. Jako jeden z důvodů této neustále se zvyšující návštěvnosti v hotelech může být brána dnešní uspěchaná doba, kdy lidé čím dál více vyhledávají odpočinek a relax. Za další důvod může být považován také současný nový trend, kdy si turisté svou dovolenou rozdělují do více kratších období a jezdí tak na dovolené častěji v průběhu celého roku, a to často například na wellness pobyty, které jsou v dnešní době velice populární. Vliv však na to může mít také důležitý sociální faktor, a to míra nezaměstnanosti, která v současné době (leden 2017) dosahuje v ČR výše 5,3 % a každoročně se snižuje. Vývoj míry nezaměstnanosti je možné vidět v grafu 2.4.

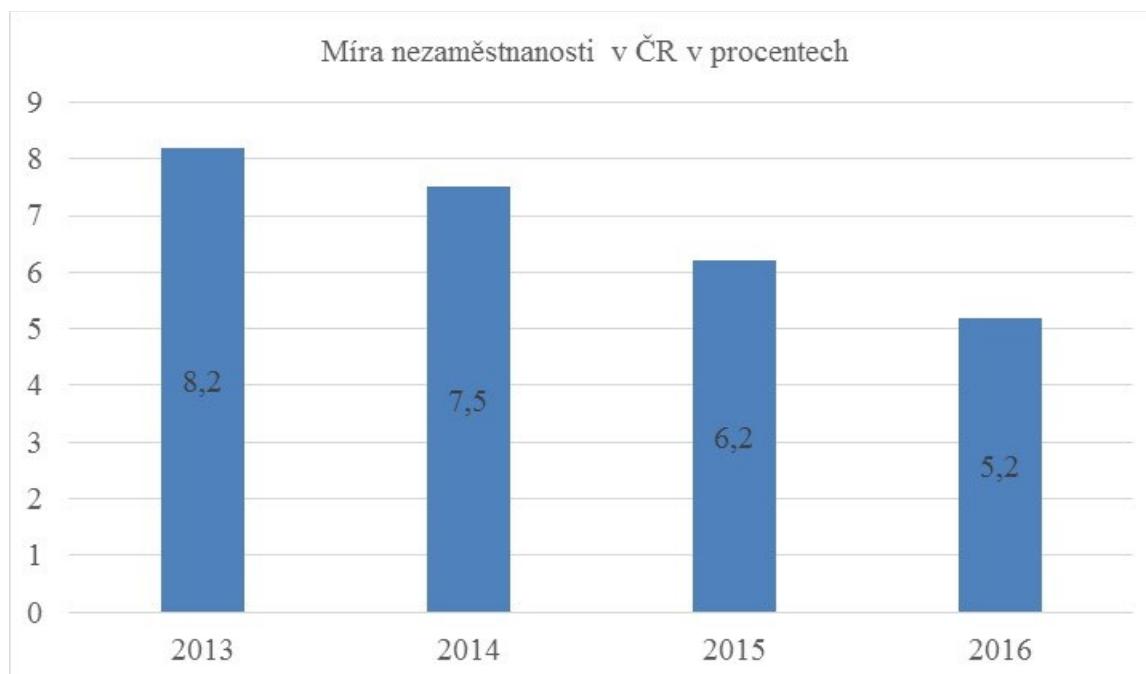
Graf 2.3 Návštěvnost v hotelech v letech 2013 – 2016



Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu

Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

Graf 2.4 Vývoj míry nezaměstnanosti v ČR v letech 2013 – 2016



Zdroj: Vlastní zpracování dle <http://www.kurzy.cz/>

2.6.4 Kapacita hromadných ubytovacích zařízení

Za hromadné ubytovací zařízení je v tomto případě považováno zařízení s minimálně pěti pokoji a deseti lůžky, které slouží pro přechodné ubytování hostů včetně dětí. Přechodné ubytování může být za účelem dovolené, služební cesty, školení, pobytů dětí na škole v přírodě nebo v táborech.

Níže jsou podrobně vysvětleny pojmy, které se týkají grafu:

- počet zařízení – viz definice výše,
- počet pokojů – celkový počet pokojů, které slouží pro služby cestovního ruchu, mimo pokojů sloužících pro ubytování personálu, majitelů a zaměstnanců jiných podniků ubytovaných na dobu delší než 1 rok,
- počet lůžek – celkový počet lůžek, které slouží pro cestovní ruch a jsou vyčleněny výhradně pro hosty,
- počet míst pro stany a karavany – celkový počet stanovišť pro umístění stanů, karavanů a obytných přívěsů, přičemž minimální průměrná čistá plocha pro stan a osobní automobil musí činit 30 m² a pro obytný přívěs a osobní automobil nebo obytné motorové vozidlo 60 m².

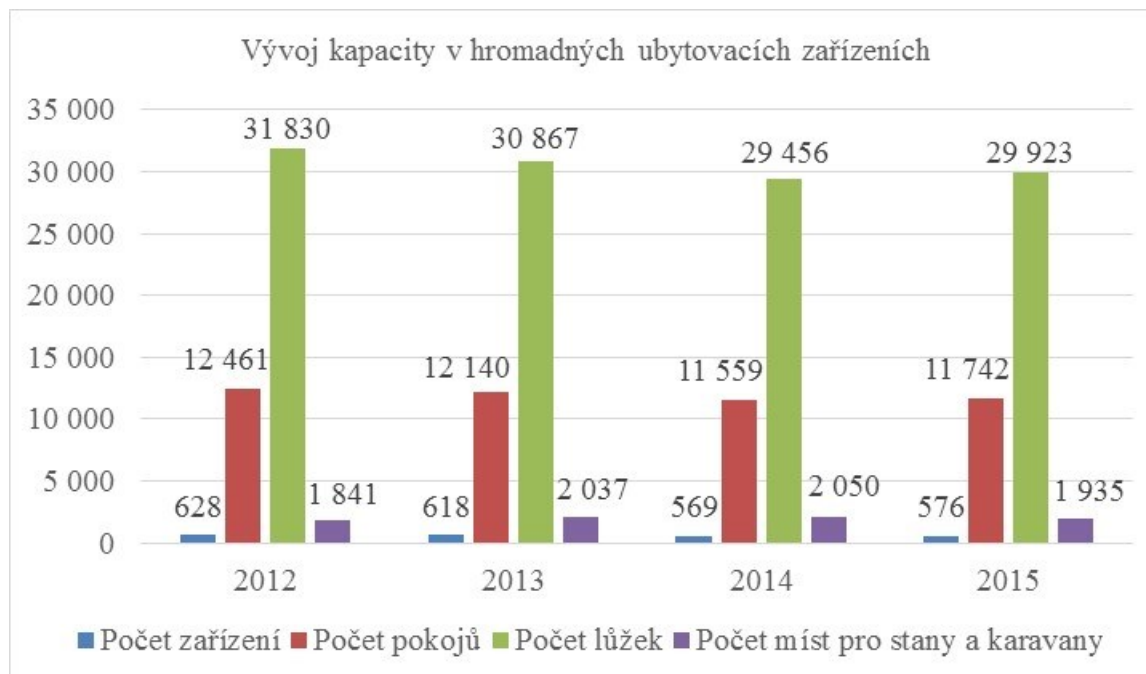
V grafu 2. 5 je možné vidět, jak se vyvíjela kapacita v hromadných zařízeních v Moravskoslezském kraji od roku 2012. Co se týče vývoje počtu ubytovacích zařízení, ten od roku 2012 klesá, a to společně s počtem lůžek a pokojů, což vyplývá z dané situace. Mírný nárůst je možné zaregistrovat až v roce 2015. Vývoj počtu míst pro stany a karavany od roku 2012 stoupá, avšak v roce 2015 klesl, a to o více než 100 míst. Důvodem tohoto poklesu může být dnešní doba, kdy lidé už tolik nevyhledávají pro svou dovolenou ubytování v kempech. Stejně klesá také zájem o dětské tábory.

Pro porovnání v grafu 2. 6 lze vidět vývoj kapacity v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji. Tento kraj je zvolen z důvodu počtu obyvatel, který je v obou krajích obdobný. Dle Českého statistického úřadu k 31. 12. 2016 činí počet obyvatel v Jihomoravském kraji 1 178 812 a v Moravskoslezském kraji 1 209 879 obyvatel.

Z hlediska počtu míst pro stany a karavany je při porovnání s Moravskoslezským krajem rapidní rozdíl v řádech tisíců. Je to z důvodu vyššího zájmu o cykloturistiku, houbaření a rybaření, které turisty čím dál více v této oblasti láká. Společně s růstem míst se zvyšuje i kvalita a nabídka služeb. Turistům jsou k dispozici stále na více místech vodní

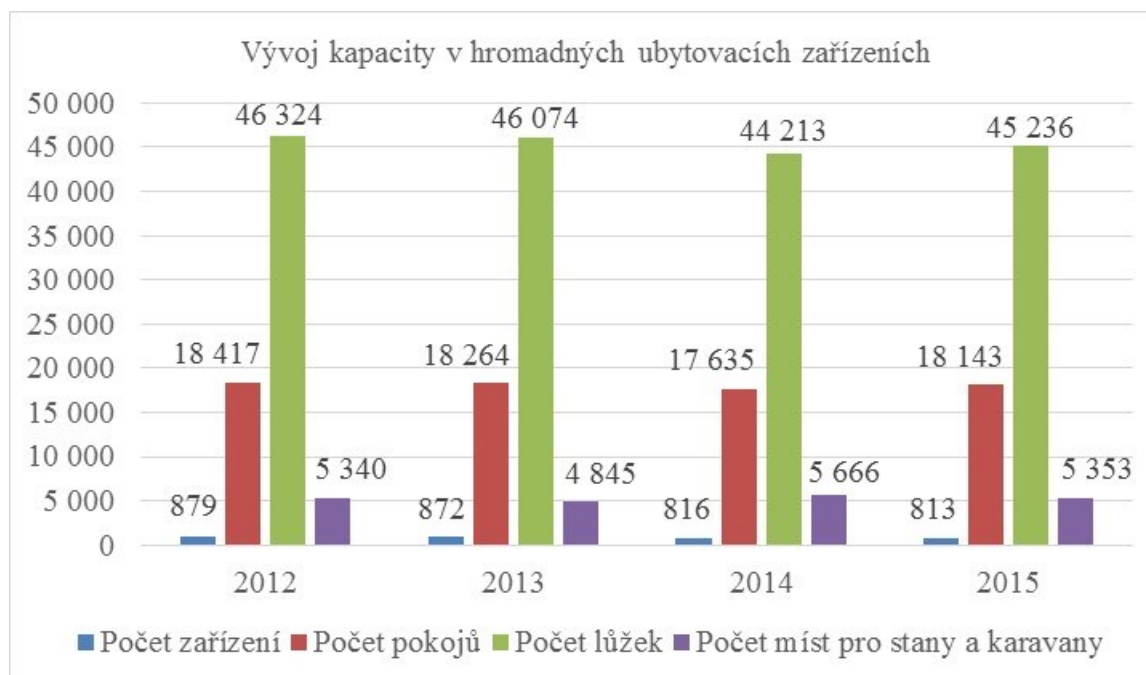
atrakce, půjčovny kol, bazény a hřiště. Kraj je na tom hůře s využitím hotelů, které je podprůměrné.

Graf 2.5 Kapacita v hromadných ubytovacích zařízeních v Moravskoslezském kraji v letech 2012 – 2015



Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu
Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

**Graf 2.6 Kapacita v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji
v letech 2012 – 2015**



Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu
Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

3 Charakteristika vybraných subjektů podnikajících v cestovním ruchu

Tato část se zabývá charakteristikou dvou rozdílných subjektů podnikajících v cestovním ruchu. Prvním subjektem je Slezská cestovní agentura – Václav Holan, která působí v Opavě. Druhým subjektem je CK TOUR SPORT, s. r. o. z Brna. U obou subjektů je rozebrána historie, místo podnikání, logo, konkurence, charakteristika poskytovaných služeb a SWOT analýza.

3.1 Charakteristika Slezské cestovní agentury – Václav Holan

V současnosti má Slezská cestovní agentura jednoho zaměstnance, který pracuje v agentuře na základě živnosti volné.

Majitel CA se snaží v oblasti cestovního ruchu neustále vzdělávat, k čemuž využívá různá školení, semináře a veletrhy. Každoročně se zúčastní pěti a více vzdělávacích programů, z kterých své vědomosti, poznatky a nejnovější trendy předává dále svým klientům.

Pravidelně navštěvuje mezinárodní veletrh HOLIDAY WORLD, který se koná v areálu holešovického výstaviště v Praze. Tato akce z oblasti cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější nejen v ČR, ale také v regionu střední Evropy. Organizátorem této události je Incheba Expo Praha. Nechybí také každoroční účast na veletrhu GO-REGION TOUR v Brně.

Dále se také účastí různých školení od CK jako je například CK Alexandria, ESO travel, EXIM tours, Čedok nebo Fischer.

Hlavním cílem školení ve většině případů je seznámit autorizované prodejce s novým katalogem kanceláře. Další náplní často bývá představení prémiových produktů v různých segmentech, prezentace zajímavých destinací a nejnovějších trendů. V případě, že nastanou jakékoliv změny spojené se smlouvou o zájezdu či změny v souvislosti s rezervačními systémy, jsou prodejci o těchto skutečnostech důkladně informováni.

Veškeré školení a veletrhy jsou nepovinné. Záleží čistě na agentuře, zda se chce těchto akcí zúčastnit a získat tak další poznatky, z kterých se bude v této oblasti dále rozvíjet.

Velice důležité je také školení z firmy Darkmay s. r. o., což je firma, která zavedla jako první na českém trhu cestovní systém s názvem CeSYS. Princip spočívá ve slučování nabídek jednoho hotelu různých CK do jedné nabídky, přičemž je pak možné k jednotlivým

hotelům přidávat recenze a zobrazovat jejich polohu. Lze tedy říci, že úkolem této IT firmy je na základě požadavků CA vytvořit přehledný systém, který budou neustále aktualizovat a obhospodařovat. Webové stránky Slezské cestovní agentury je možné nalézt na adrese: <http://www.slezska-ca.cz/>.

3.1.1 Historie vzniku

Bývalá majitelka Slezské cestovní agentury pracovala od roku 1994 pro CK East West, ve které působila po dobu dvou let. Od roku 1997 pracovala pro Slezskou cestovní kancelář, s. r. o. Na podzim roku 1998 byla činnost této CK ukončena a jelikož jí práce v tomto oboru naplňovala a chtěla v ní nadále pokračovat, tak se s majitelkou dohodly, že si tento obchodní název přenechá a otevře si pod tímto názvem svou CA. Tudíž od roku 1998 začala podnikat pod názvem Slezská cestovní agentura.

Od léta loňského roku vede CA manžel bývalé majitelky, který působí pod obchodním jménem Slezská cestovní agentura – Václav Holan.

3.1.2 Místo a sídlo podnikání

Kancelář Slezské cestovní agentury je umístěna v samém centru města Opavy. Nachází se na Dolním náměstí v druhém patře Obchodního domu TIPA, jak je možné vidět v Obr. 3.1 a je velmi snadno dostupná pomocí MHD ze zastávky Dolní náměstí, anebo také autem, jelikož se poblíž nachází parkovací dům.

Sídlo agentury je taktéž v Opavě na ulici Husova 1.

Obr. 3.1 Umístění cestovní agentury



Zdroj: Google Maps

3.1.3 Logo

Klienti Slezské cestovní agentury využívají nejvíce jako dopravní prostředek letadlo, které je považováno v dnešní době za nejbezpečnější prostředek, a proto jej CA používá i ve svém logu, jak je možné vidět v Obr. 3.2. Dále jsou použity v logu dvě barvy, a to žlutá a modrá. Z hlediska marketingu je žlutá barva považována za hřejivou a veselou, která s sebou přináší energii a poutá na sebe pozornost. Naopak modrá barva se pokládá za klidnou, která vyjadřuje klid a mír a mnoho firem ji používá z důvodu, aby zdůraznila kvalitu svého produktu. Ve vztahu k CA jsou tyto dvě barvy a symbol letadla velmi dobře zvoleny. Mnohým může připomínat klidnou letní dovolenou, pohodu a relax.

Obr. 3.2 Logo cestovní agentury



Zdroj: interní zdroje Slezské cestovní agentury

3.1.4 Charakteristika poskytovaných služeb

Jak již bylo uvedeno v kapitole 2.5.2, náplní CA je především zprostředkovat prodej zájezdů od CK. Slezská cestovní agentura má uzavřenou smlouvu o obchodním zastoupení s několika CK. Mezi nejznámější patří EXIM tours, Fischer, Čedok, Alexandria, ESO travel, Blue Style a ANCORA.

Slezská cestovní agentura nabízí letní letecké zájezdy k moři, kde mezi nejfrekventovanější destinace v současné době řadí Řecko, Španělsko, Itálii, Egypt a Kapverdy. Naopak zájem poklesl o Turecko a Tunisko. Dále nabízí exotické letecké zájezdy, zimní dovolené na horách, relaxační zájezdy, wellness pobyty, poznávací zájezdy a nechybí také zájezdy na míru. Mimo jiné nabízí také prodej letenek a zajištění dopravy na letiště přes dopravce Tiger Express. Rovněž poskytuje možnost vypůjčení map a knižních průvodců. V případě zájmu klienta o dovolenou, nechybí také poskytnutí informací na základě vlastních zkušeností majitele. Při platbě zájezdu nabízí CA dvě možnosti, a to buď hotově, anebo bankovním převodem.

3.1.5 Zákazníci

Za zákazníka lze považovat všechny osoby, ať už to jsou mladí lidé, rodiny s dětmi nebo také starší páry, zkrátka všichni, kteří chtějí cestovat. Důležitou podmínkou je však věková hranice, která hraje velkou roli při uzavírání smlouvě o zájezdu. V případě, že chce vycestovat osoba mladší 15ti let je nutné doložení výslovného písemného souhlasu zákonného zástupce, a také doprovodu odpovědně osoby starší 18ti let, pokud se zákonný zástupce zájezdu rovněž nezúčastní. Dále osoby ve věku 15 až 18 let se mohou zájezdu zúčastnit pouze s výslovným písemným souhlasem zákonného zástupce. Obecně lze tedy říci, že zákazníkem je osoba starší 18ti let.

3.1.6 Konkurence

Konkurence v této oblasti je ve městě Opava nemalá. Za největší konkurenci můžeme považovat CK EXIM tours, která se na trhu cestovního ruchu angažuje už více než 23 let a v současnosti je považována za největší CK na českém trhu. Další konkurenci představuje CA Atlas zájezdů, která je členem partner CK Čedok. Dále zde má svou pobočku CA Invia, která je na trhu cestovního ruchu už přes 14 let a garantuje nejnižší ceny zájezdů. V Opavě se nachází také CK LAYNO tour, která se zabývá zájezdy pro mladé plné zábavy a dobrodružství, čímž se značně liší od ostatních.

Kromě Slezské cestovní agentury působí také v Opavě CA Alexa, CA Opavatour, CA SPINEL a CA Rekretour.

3.1.7 Prostředníci

Z tohoto hlediska je možné považovat za prostředníka samotnou Slezskou cestovní agenturu, jejímž úkolem je prostřednictvím CK zprostředkovat provizní prodej zájezdů. Dále je možné zahrnout mezi prostředníky pojišťovnu Allianz, ve které CA provádí cestovní pojištění klientů, a také Fio banku, kde má agentura zřízen svůj bankovní účet.

3.1.8 SWOT analýza

SWOT analýza je velmi jednoduchým, a také velice využívaným nástrojem. Název je odvozen od anglického pojmenování.

Cílem této analýzy je vymezení silných a slabých stránek podniku, a také možných příležitostí a hrozeb. Silné a slabé stránky se nacházejí uvnitř společnosti, jsou tedy interní, a lze je poměrně snadno změnit. Naopak příležitosti a hrozby ovlivňují podnik zvenčí, jsou to externí faktory, jejichž vliv k podniku je možné pouze snížit nebo zvýšit.

Při vytváření analýzy z hlediska vnitřního prostředí je důležité se zaměřit na pozici podniku na trhu, financování, personální stránku, marketing, technickou úroveň, dodavatele a jiné. Naopak z vnějšího pohledu je nezbytné, aby se podnik zabýval například kulturou země, konkurencí, politickými a legislativními vlivy, demografií a ekonomickými faktory.

V Tab. 3.1, která je uvedena níže, lze vidět SWOT analýzu Slezské cestovní agentury. Do interních faktorů řadíme silné a slabé stránky. Mezi silné stránky této CA lze uvést například 24 hodinový servis. Pod tímto pojmem je myšleno, že majitel je neustále svým klientům k dispozici na svém mobilním telefonu pro případ rezervace last minute zájezdů, nenadálých zdravotních problémů, které klient v zahraničí neumí sám vyřešit, anebo také z důvodu komplikací s ubytováním apod. Dále se za silné stránky považují pravidelná školení, existence webových stránek, stálá klientela, kterou si CA za svou dobu působnosti vybudovala, a také dobré jméno mezi klienty.

V případě slabých stránek CA lze považovat umístění kanceláře v patře, což může být pro starší osoby značně komplikované z hlediska dostupnosti. Rovněž lze uvést malé prostory vyhrazené pro styk s klientem a nedostatečný marketing, čímž je myšleno, že CA má pouze své webové stránky a nevyužívá ke své propagaci například sociální sítě nebo propagační letáčky.

Mezi externí faktory řadíme příležitosti a ohrožení. Z hlediska příležitostí je možno uvést vznik nových druhů zájezdů nebo také uzavření spolupráce s dalšími CK. Naopak živelné pohromy, finanční krize, případně světová politická situace, to vše vede k ohrožení CA, kterému nelze předejít, ale lze její vliv snížit.

Tab. 3.1 SWOT analýza Slezské cestovní agentury

| | Interní faktory | | Externí faktory |
|----------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------------|
| Silné stránky | zavedená agentura | Příležitosti | nové druhy zájezdů |
| | dobré jméno mezi klienty | | uzavření spolupráce s další CK |
| | stálá klientela | | |
| | webové stránky | | |
| | pravidelná školení | | |
| | 24 hodinový servis | | |
| Slabé stránky | kancelář v patře | Ohrožení | finanční krize |
| | nedostatečný marketing | | živelné pohromy |
| | málo odbavovacích míst | | světová politická situace |

Zdroj: vlastní zpracování

3.2 Charakteristika cestovní kanceláře TOUR SPORT, s. r. o.

Majitelka CK TOUR SPORT, podniká v oblasti cestovního ruchu již řadu let. Od počátku roku 1991 zahájila podnikání jako fyzická osoba. S postupem času začala uvažovat o větším podnikání společně s kolegyní, která měla stejnou vizi a cíl, tudíž došlo ke vzájemné spolupráci. Od roku 2000 tedy začaly podnikat společně, a to jako právnická osoba ve formě společnosti s ručením omezeným. Na základě předmětu podnikání bylo nutné zažádat o vydání koncesní listiny na příslušném živnostenském úřadě. Koncesní listina pro CK TOUR SPORT byla vydána živnostenským úřadem v Brně a obsahuje název obchodní firmy, IČO, sídlo a předmět podnikání, dobu platnosti, vznik oprávnění provozovat živnost, datum a místo vydání. Koncesní listinu CK je možné vidět v příloze č. 2.

V současné době má CK dva stálé zaměstnance, kteří pracují na plný úvazek. V případě organizování různých zájezdů, kde je potřeba služeb dopravce, průvodce či delegáta si CK pro tyto účely najímá externisty. Rovněž účetní služby jsou prováděny externě.

Jelikož je důležité se v této oblasti neustále vzdělávat a školit, podniká majitelka tzv. infocesty do zahraničí. Cílem těchto cest je komplexní seznámení s danou destinací. Účastníci se seznamují s ubytovacími kapacitami, se stravovacími návyky, s historií

a kulturními památkami, poznávají místní obyvatele a způsob jejich života. Dále jsou informováni o možných fakultativních výletech, což jsou nepovinné výlety, které si může zákazník dokoupit k zájezdu. Hlavním přínosem infocest je tedy především reálné seznámení s produktem, jeho charakterem a skutečným stavem.

Dle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, jsou CK povinny mít zřízené pojištění záruky pro případ úpadku. Toto pojištění s sebou nese zákazníkovi právo na plnění v případech, kdy CK z důvodu svého úpadku nesplní svůj závazek vůči zákazníkovi. Za nesplnění závazku je myšleno:

- neposkytnutí dopravy ze zahraničního pobytu do ČR, a to v případě, že je součástí zájezdu,
- nevrácení zálohy nebo celé ceny zájezdu, kterou zákazník zaplatil včetně ceny zaplacené za poukaz na zájezd, jestliže se neuskutečnil,
- nevrácení rozdílu ceny zaplaceného a částečně poskytnutého zájezdu, pokud byl zájezd uskutečněn jen z části.

CK TOUR SPORT má toto pojištění sjednáno u pojišťovny Generali. Pojistnou smlouvu CK je možné vidět v příloze č. 3.

V současnosti se mohou CK pojistit pro případ úpadku u těchto českých pojišťoven:

- Česká podnikatelská pojišťovna,
- Generali,
- UNIQA,
- Slavia,
- ERV.

Standardně lze vybraný zájezd zaplatit v CK TOUR SPORT hotově nebo převodem na bankovní účet. K úhradě dovolené je však možné použít také vybrané poukázky Sodexo a Chèque Déjeuner, přičemž hodnota poukázek nesmí přesahovat 50 % z ceny zájezdu. U last minute zájezdů lze zaplatit poukázkami maximálně do výše 5 000 Kč za dospělou osobu, u ostatních zájezdů maximálně 10 000 Kč za dospělou osobu. Jestliže dojde ke stornování zájezdu, tak částka uhrazená poukázkami je převedena na jiný zájezd zákazníka, dle jeho výběru. V případě, že zákazník nebude chtít jiný zájezd, pak tato částka propadá ve prospěch CK.

CK má zřízen svůj podnikatelský účet u MONETA Money Bank.

3.2.1 Logo

V Obr. 3.3 je možné vidět logo CK TOUR SPORT, kde jsou použity jako kontrast dvě barvy, a to modrá a bílá. Ve svém názvu zvolily anglická slova k přímému vystižení nabízejících služeb CK. Prvním z nich je TOUR, které lze přeložit jako výlet nebo zájezd. Druhé slovo SPORT vystihuje zájezdy CK, které pořádá na velké sportovní akce.

Obr. 3.3 Logo cestovní kanceláře

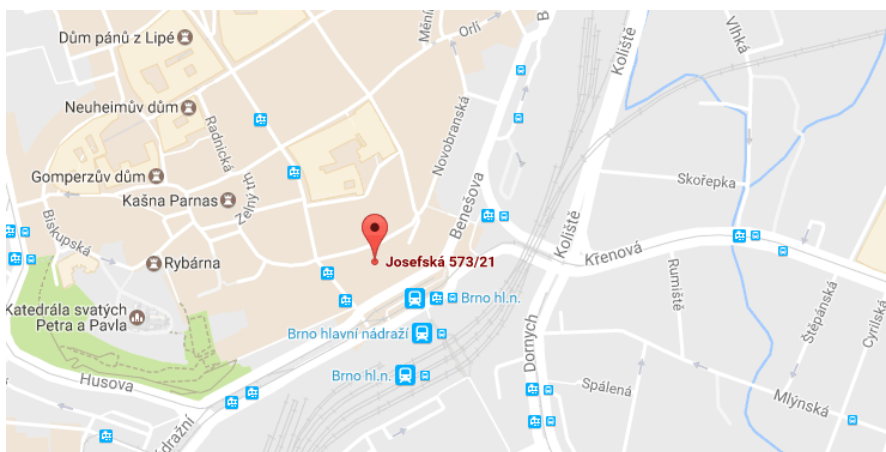


Zdroj: interní zdroje CK TOUR SPORT

3.2.2 Místo a sídlo podnikání

Kancelář se nachází přímo v centru Brna poblíž hlavního nádraží na ulici Josefská 21, kde je umístěno také sídlo. Kancelář je situována na velmi dobrém místě, jelikož je snadno dostupná jak autem, vlakem, tak i tramvají. Umístění kanceláře je možné vidět níže na mapě v Obr. 3.4.

Obr. 3.4 Umístění cestovní kanceláře



Zdroj: Google Maps

3.2.3 Charakteristika služeb

Cestovní kancelář TOUR SPORT se značně liší svou nabídkou od ostatních CK. Zaměřuje se především na zájezdy organizované pro školy, sportovní akce, zájezdy pro firmy a seniory. Pro žáky a studenty základních a středních škol organizují jak výlety, tak i poznávací zájezdy do různých destinací, jako je například Švédsko, Dánsko, Londýn, Berlín nebo Krakow. Nechybí také nabídka vzdělávacího programu organizovaného ve Velké Británii a dalších evropských zemích, kde mají studenti spojen pobyť zároveň s exkurzí i výukou. Rovněž nabízí jazykové pobyty pro pedagogy, které si mohou sami sestavit dle jejich potřeb a výběru destinace. Velmi široká je také nabídka zájezdů na sportovní akce. CK nabízí zájezdy na takové události, jako je Wimbledon, závody F1, Olympijské hry, French Open, MUTUA Madrid Open, Premier League, a to vše dle individuálních požadavků klienta.

Dále CK nabízí zájezdy určené pro firmy a kolektivy, a to v podobě relaxačních víkendů, tematických poznávacích zájezdů, teambuildingových akcí, konferencí, sportovních soustředění a pobytů na míru. Mezi nejoblíbenější destinace patří Nizozemsko, Maďarsko, Slovinsko, ale také české Chodsko.

Speciální nabídku tvoří zájezdy připravené pro seniory ve věkové kategorii nad 55 let. Jedná se o nabídky za zvýhodněnou cenu, které se konají mimo hlavní sezónu a jsou zaměřené na historii, kulturu a přírodu dané země. CK připravuje pro tyto klienty pobyty například do Španělska, Portugalska nebo na Maltu či Madeiru.

Taktéž nabízí CK pobytové zájezdy k moři a lyžařské pobyty v Alpách, a to od svých smluvních partnerů. Nechybí také nabídka prodeje letenek.

3.2.4 Smluvní partneři

CK má uzavřenou smlouvu s několika partnery. Mezi nejznámější patří CK EXIM tours, se kterou rovněž spolupracuje Slezská cestovní agentura v Opavě. CK Aeolus, jež má pobočky v Brně a Praze a zaměřuje se především na Řecko a řecké ostrovy. Dále CK Neckermann a brněnská CK Travel 2002, která se mimo jiné taktéž věnuje zájezdům pro školy, firmy a kolektivy jako CK TOUR SPORT. Nezbytným partnerem je autodoprava Josef Ševčík, která sídlí ve Vratimově. CK využívá jejich služeb především pro školní zájezdy, na které jsou studenti dopravováni autobusy, ale také pro pobytové zájezdy k moři.

CK má uzavřenou rámcovou smlouvu s pojišťovnou Allianz, s níž uzavírá cestovní pojištění pro své klienty.

3.2.5 Konkurence

Mezi největší konkurenty je možné zařadit CK Alexandria, která má svou kancelář v Brně umístěnou na stejné ulici jako CK TOUR SPORT. CK Alexandria působí na českém trhu od roku 1993 a svou širokou nabídkou patří mezi největší české CK na trhu. Zaměřuje se především na destinace jako je Bulharsko a řecké ostrovy. Nechybí však ani nabídka zájezdů na míru, skupinové a podnikové zájezdy, a čím dál více oblíbenější plavby luxusními zaoceánskými loděmi. S CK Alexandria je možné se podívat také do exotických zemí, jako jsou Maledivy, Mauritius, Seychely nebo Spojené arabské emiráty.

Za další konkurenci je považována společnost STUDENT AGENCY, která v roce 2010 rozšířila své aktivity založením portálu pro prodej zájezdů. Tento portál je významný tím, že porovnává nabídky zájezdů různých CK, a to i zahraničních. Rovněž nabízí jazykové a pracovní pobyty, letenky a mnoho jiných. Další konkurencí je brněnská CK Školní zájezdy, která nabízí širokou škálu pobytů pro školní kolektivy.

3.2.6 SWOT analýza

V Tab. 3. 2, která je uvedena níže, lze vidět SWOT analýzu CK. Mezi silné stránky je možné uvést nabídku zájezdů „na míru“, kdy si klient zvolí destinaci a sdělí veškeré požadavky, které má zájezd splňovat. Na základě těchto kritérií vytvoří CK následně zájezd. Další silnou stránkou je organizování zájezdů pro určitý segment klientů, což netvoří standardní nabídku CK. Jak již bylo uvedeno výše v charakteristice služeb, CK nabízí výhodné zájezdy pro seniory, školy, firmy a kolektivy. Za silnou stránkou je považováno i velmi dobré umístění kanceláře, a to v samém centru Brna, kde je výborná dostupnost různými dopravními prostředky. Rovněž mezi silné stránky patří webové stránky CK, pravidelná školení, kterých se zaměstnanci pravidelně účastní a také dlouhodobá existence se stálou klientelou, která ráda opětovně využívá služeb CK TOUR SPORT.

Do oblasti slabých stránek se řadí nedostatečný marketing, který je velmi důležitý v každé společnosti, jelikož slouží jako komunikační prvek mezi společnostmi a klientem.

Z pohledu externích faktorů by mohly být za příležitosti pro CK považovány změny v podnikatelském prostředí, a to například z oblasti daní nebo také dotací. Taktéž větší

poptávka po zájezdech a chuť cestovat tvoří další příležitost. Naopak jednu z největších hrozeb představují pro CK živelné pohromy a světové politické krize, při kterých klesá poptávka o zájezdy do ohrožených destinací. Velkým nebezpečím nejen pro CK, ale i další subjekty je finanční krize.

Tab. 3.2 SWOT analýza CK TOUR SPORT, s. r. o.

| | Interní faktory | | Externí faktory |
|----------------------|----------------------------|---------------------|----------------------------------|
| Silné stránky | webové stránky | Příležitosti | větší poptávka |
| | zavedená CK | | změny v podnikatelském prostředí |
| | pravidelná školení | | |
| | zájezdy pro cílený segment | | |
| | umístění CK v centru | | |
| | zájezdy "na míru" | | |
| Slabé stránky | nedostatečný marketing | Ohrožení | finanční krize |
| | | | živelné pohromy |
| | | | světová politická situace |

Zdroj: vlastní zpracování

4 Účetní a daňové aspekty vybraných podnikatelských subjektů

V poslední části jsou rozebrány účetní a daňové aspekty obou subjektů podnikajících v cestovním ruchu. Z tohoto pohledu se jedná o dva rozdílné subjekty, přičemž první je CA, kde podnikatel podniká jako fyzická osoba na základě živnosti a vede peněžní deník, není plátcem DPH a daň má stanovenou paušální částkou. Naopak druhý subjekt tvoří CK, která podniká jako právnická osoba, a to ve formě s. r. o., vede účetnictví a je plátcem DPH.

4.1 Slezská cestovní agentura – Václav Holan

Slezská cestovní agentura vede svou evidenci příjmů a výdajů pomocí peněžního deníku. Na titulní straně jsou zpravidla uvedeny údaje o podnikateli, zdaňovacím období a počtu stran. Peněžní deník je veden chronologicky, a to podle data transakce, přičemž příjmy a výdaje se evidují na základě příjmového pokladního dokladu, výdajového pokladního dokladu a bankovního výpisu. Označení dokladů si určuje každý podnikatel dle svého. Peněžní deník je členěn na sloupce a obsahuje:

- datum transakce,
- číslo dokladu,
- text transakce,
- pokladnu,
- běžný účet,
- průběžné položky,
- příjmy,
- výdaje.

Slezská cestovní agentura má stanovenou daň paušální částkou, a to ve výši 50 %. Charakteristiku této daně je možné nalézt v zákoně č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů v § 7a.

Poplatník může podat žádost o stanovení daně paušální částkou do 31. ledna běžného zdaňovacího období, a to v případě, že splňuje následující podmínky:

- poplatník má kromě příjmů od daně osvobozených dále příjmy podle § 7 odst. 1 písm. a) až c) spolu s úroky z vkladů na účtu,
- nemá žádné zaměstnance, ani spolupracující osoby, s výjimkou manžela (manželky),
- není společníkem společnosti,

- roční výše příjmů za bezprostředně tři předcházející zdaňovací období nepřesáhla 5 000 000 Kč.

Při splnění výše uvedených podmínek stanoví správce daně daň paušální částkou, následně tuto záležitost projedná s poplatníkem, a to do 15. května běžného zdaňovacího období. V případě, že tento termín nebude dodržen, není možné stanovení daně paušální částkou.

Výše paušální daně vychází z rozdílu mezi předpokládanými příjmy a předpokládanými výdaji podnikatele za zdaňovací období upravené o nezdánitelné části základu daně. Do předpokládaných příjmů se rovněž zahrnují příjmy ze zrušené rezervy, která byla vytvořena dle zákona o rezervách a příjmy získané z prodeje majetku, který byl vložen do obchodního majetku.

Minimální výše daně stanovené paušální částkou po odečtení předpokládaných slev na dani činí 600 Kč za jedno zdaňovací období a je splatná do 15. prosince běžného zdaňovacího období.

V případě paušální daně je poplatník povinen vést jednoduchou evidenci o:

- výši pohledávek,
- výši dosahovaných příjmů,
- hmotném majetku používaném pro výkon činnosti.

4.2 CK TOUR SPORT, s. r. o.

Společnost CK TOUR SPORT, s. r. o. je dle nové kategorizace účetních jednotek mikro účetní jednotkou. Společnost vede účetnictví v plném rozsahu, i když nepodléhá auditu, a to z důvodů požadavků ze strany bankovních institucí, které to ve většině případech vyžadují.

Účetní jednotky jsou povinny vést své účetnictví v plném rozsahu, vyjma účetních jednotek, které jsou příspěvkovou organizací a rozhodl tak její zřizovatel, anebo je malou nebo mikro účetní jednotkou a nemá povinnost mít účetní závěrku ověřenou auditorem.

Povinnost vést účetnictví má mimo jiné:

- fyzická osoba, která přesáhne za předcházející kalendářní rok částku 25 000 000 Kč,

- fyzická osoba zapsána v obchodním rejstříku,
- právnické osoby se sídlem na území ČR.

Dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví jsou účetní jednotky povinny mít ověřenou řádnou nebo mimořádnou účetní závěrku auditorem, pokud jsou:

- velkou účetní jednotkou, s výjimkou účetních jednotek, které nejsou subjekty veřejného zájmu,
- střední účetní jednotkou,
- malou účetní jednotkou a zároveň jsou a. s. nebo svěřenským fondem a k rozvahovému dni účetního období, za které je účetní závěrka ověřována, a účetního období bezprostředně předcházejícího, dosáhly nebo překročily alespoň jednu z níže uvedených hodnot:
 - aktiva celkem 40 000 000 Kč,
 - roční úhrn čistého obrátu 80 000 Kč,
 - průměrný počet zaměstnanců 50,
- malou účetní jednotkou a k rozvahovému dni účetního období, ke kterému se účetní závěrka ověřuje, a účetního období bezprostředně předcházejícího dosáhly nebo již překročily alespoň 2 z výše uvedených hodnot.

CK vede své účetnictví v softwaru Premier System, což je komplexní ekonomický systém pro řízení jak malých, tak i středních firem.

Společnost Premier system, a. s. vznikla v roce 1998 jako firma s vlastním know - how a za svou dobu působnosti na trhu České a Slovenské republiky si vybudovala přední pozici mezi poskytovateli informačních a ekonomických subjektů. Náplní této firmy je výroba a následná distribuce stejnojmenného softwaru pro řízení podniků a firem. Nespecializují se pouze na vybraný segment klientů, vyvíjí programy jak pro živnostníky, tak i velké firmy bez rozdílu působnosti v oboru. V současnosti se může tato společnost pyšnit více než 3 800 klienty. Centrála této společnosti se nachází v Ostravě – Zábřehu.

4.2.1 Účtování o zprostředkování prodeje zájezdů

CK TOUR SPORT prodává nejen své vlastní zájezdy, ale taktéž zájezdy svých smluvních partnerů, tudíž dochází k účtování provize. Účtový rozvrh si vytváří každá společnost sama a obsahuje takový seznam účtů, pro který bude v dané společnosti náplň.

Vzorový účtový rozvrh je možné vidět v příloze č. 4. Varianty účtování této problematiky z pohledu prodejce i zprostředkovatele jsou uvedeny níže:

1. Varianta A na účtování zprostředkování prodeje zájezdu a současně zohlednění provize

CK TOUR SPORT zprostředkovává prodej zájezdu do Řecka pro CK XY, za kterou si účtuje provizi dle smlouvy o zprostředkování. Cena zájezdu pro dvě osoby činí 37 000 Kč včetně DPH. Provize činí 1 850 Kč.

Klient zaplatí CK TOUR SPORT zálohu na zájezd ve výši 20 000 Kč v hotovosti, která se zaúčtuje na účet 325 s vytvořenou analytikou dle zakázek. CK dále obdrží od organizátora zájezdu předpis platby na částku 18 150 Kč na bankovní účet, kterou provede převodem ze svého účtu. Po zaplacení vystaví vyúčtování předpisu platby a následně obdrží daňový doklad na vyúčtování provize, která činí 1 850 Kč včetně DPH. Tato provize je pro CK TOUR SPORT výnosem, tudíž se bude účtovat v účtové třídě 6. Naopak pro CK XY je provize nákladem a účtování bude provedeno v účtové třídě 5. Doplatek zájezdu, který činí 17 000 Kč, dostane CK XY již přímo od klienta. Přírážka CK XY oproti vynaloženým nákladům činí 14 000 Kč.

Účtování provize u CK TOUR SPORT a CK XY je možné vidět níže v Tab. 4.1 a v Tab. 4.2.

Tab. 4.1 Účtování provize u CK TOUR SPORT (provizní prodejce)

| Číslo | Popis účetního případu | Částka | MD | D |
|-------|--|--------|-------|-------|
| 1. | PPD - přijatá platba od klienta | 20 000 | 211 | 325.1 |
| 2. | VPD - odvod peněz na bankovní účet | 20 000 | 261 | 211 |
| 3. | VBÚ - příjem peněz na bankovní účet | 20 000 | 221 | 261 |
| 4. | VBÚ - Úhrada předpisu platby po odečtení provize CK XY | 18 150 | 325.1 | 221 |
| 5. | ID - Vystavení daňového dokladu na provizi CK XY | 1 850 | 311 | |
| | ZD | 1 529 | | 602 |
| | DPH (21%) | 321 | | 343 |
| 6. | ID - Zúčtování provize | 1 850 | 325.1 | 311 |

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 4.2 Účtování provize u CK XY

| Číslo | Popis účetního případu | Částka | MD | D |
|-------|--|--------|-----|-----|
| 1. | ID - Předpis platby CK TOUR SPORT | 18 150 | 315 | 324 |
| 2. | VBÚ - Inkaso od zprostředkovatele tohoto předpisu | 18 150 | 221 | 315 |
| 3. | VBÚ - Záloha přijatá od klienta (doplatek zájezdu) | 17 000 | 221 | 324 |
| 4. | ID - Přijatý daňový doklad na provizi | 1 850 | | 321 |
| | ZD | 1529 | 518 | |
| | DPH (21%) | 321 | 343 | |
| | Zúčtování provize | 1 850 | 321 | 324 |
| 5. | ID - Vyúčtování zájezdu klientovi | 37 000 | 311 | |
| | Výnos ze zájezdu | 34 570 | | 602 |
| | DPH (21%) z přírážky (14 000 Kč) | 2 430 | | 343 |
| 6. | ID - Zúčtování přijatých záloh | 37 000 | 324 | 311 |

Zdroj: vlastní zpracování

2. Varianta B na účtování zprostředkování prodeje zájezdu a následné faktury na provizi

CK TOUR SPORT zprostředkuje prodej zájezdu do Řecka jménem CK XY v hodnotě 37 000 Kč. Provize za zprostředkování tohoto zájezdu činí 1 850 Kč. CK XY vystaví CK TOUR SPORT fakturu na celou částku zájezdu, která ji zašle na účet a následně vystaví daňový doklad na provizi. Přírážka CK XY oproti vynaloženým nákladům činí 14 000 Kč.

Účtování této varianty u CK TOUR SPORT a CK XY je uvedeno v Tab. 4. 3 a Tab. 4. 4.

Tab. 4.3 Účtování u CK TOUR SPORT

| Číslo | Popis účetního případu | Částka | MD | D |
|-------|--|--------|-------|-------|
| 1. | PPD - přijatá platba od klienta | 37 000 | 211 | 325.1 |
| 2. | VPD - odvod peněz na bankovní účet | 37 000 | 261 | 211 |
| 3. | VBÚ - příjem peněz na bankovní účet | 37 000 | 221 | 261 |
| 4. | VBÚ - Úhrada zálohové faktury CK XY | 37 000 | 325.1 | 221 |
| 5. | ID - Vystavení daňového dokladu na provizi CK XY | 1 850 | 311 | |
| | ZD | 1 529 | | 602 |
| | DPH (21%) | 321 | | 343 |
| 6. | VBÚ - Přijatá platba za vystavenou fakturu | 1 850 | 221 | 311 |

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 4.4 Účtování u CK XY

| Číslo | Popis účetního případu | Částka | MD | D |
|-------|---------------------------------------|--------|-----|-----|
| 1. | VBÚ - Přijatá platba od CK TOUR SPORT | 37 000 | 221 | 324 |
| 2. | ID - Daňový doklad na provizi | 1 850 | | 321 |
| | ZD | 1 529 | 518 | |
| | DPH (21%) | 321 | 343 | |
| 3. | VBÚ - Úhrada faktury za provizi | 1850 | 321 | 221 |
| 4. | ID - Vyúčtování zájezdu | 37 000 | 311 | |
| | Výnos ze zájezdu | 34 570 | | 602 |
| | DPH (21%) z přírážky (14 000 Kč) | 2 430 | | 343 |
| 5. | ID - Zúčtování vzájemných závazků | 37 000 | 324 | 311 |

Zdroj: vlastní zpracování

Malou komplikací pro oba subjekty může představovat účtování na konci účetního období, a to v případě, pokud provizní prodejce z jakéhokoliv důvodu nemůže nebo nestihne vystavit daňový doklad na provizi do konce toho účetního období, do kterého časově spadá. Jestliže je účetním obdobím kalendářní rok, tak doklad musí být vystaven do 31. 12. daného roku. Každopádně v obou případech musí být dodržen **akruální princip**, což znamená, že náklady a výnosy se musí účtovat časově rozlišené díky zásadovosti v tom účetním období, k němuž časově a věcně souvisí. Pro účtování těchto skutečností slouží účty časového rozlišení v účtové skupině 38. V případě, že je přesně známa částka provize použije se

u provizního prodejce aktivní účet 385 – příjmy příštích období souvztažně s výnosem a u CK pasivní účet 383 – výdaje příštích období souvztažně s nákladem. Jakmile částka provize není přesně známa, musí se použít k účtování dohadné účty. V tomto případě použije provizní prodejce účet 388 – dohadný účet aktivní a CK účet 389 – dohadný účet pasivní opět ve vztahu s výnosem a nákladem společně s očekávanou částkou provize.

4.2.2 DPH

CK TOUR SPORT je plátcem DPH. Problematika DPH je obsažena v zákoně č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty. Dle § 5 tohoto zákona je za **osobu povinnou k dani** považována jakákoliv fyzická nebo právnická osoba, která samostatně uskutečňuje ekonomické činnosti. Pod pojmem ekonomická činnost se rozumí soustavná činnost výrobců, obchodníků a osob poskytujících služby, včetně zemědělské výroby a důlní činnosti a soustavné činnosti vykonávané podle zvláštních právních předpisů (činnost lékařů, právníků, dentistů, účetních znalců aj.). Do ekonomické činnosti se zahrnuje také soustavné využívání hmotného a nehmotného majetku za účelem získání příjmů. Rovněž je za osobu povinnou k dani považována také právnická osoba, která nebyla založena nebo zřízena za účelem podnikání, ale provozuje ekonomickou činnost.

V § 6 tohoto zákona je jako plátce uvedena osoba povinná k dani, která má sídlo nebo místo podnikání určeno v tuzemsku a jejíž obrat za nejvýše 12 bezprostředně předcházejících kalendářních měsíců překročil 1 000 000 Kč. Tato osoba je následně povinna podat přihlášku k registraci, a to do 15 dnů po skončení kalendářního měsíce, ve kterém byl překročen stanovený limit. Plátcem daně se stává od prvního dne druhého měsíce, ve kterém byl obrat překročen.

V Tab. 4.5 je možné vidět, jak se vyvíjela sazba DPH v ČR od roku 2012 do současnosti. Základní a snížená sazba DPH se od roku 2013 nemění. Od roku 2015 je v ČR zavedena také druhá snížená sazba DPH, která činí 10 %. Vztahuje se především na potraviny pro malé děti, léky, tištěné knihy a další.

Tab. 4.5 Vývoj sazeb DPH v České republice od roku 2012 – 2017

| Rok | Základní sazba | První snížená sazba | Druhá snížená sazba |
|------|----------------|---------------------|---------------------|
| 2012 | 20% | 14% | – |
| 2013 | 21% | 15% | – |
| 2014 | 21% | 15% | – |
| 2015 | 21% | 15% | 10% |
| 2016 | 21% | 15% | 10% |
| 2017 | 21% | 15% | 10% |

Zdroj: vlastní zpracování

Místo plnění poskytovatelů průvodcovských služeb

V případě, že průvodce poskytuje své služby CK (osobě povinné k dani), která je z jiného státu než průvodce, je místem zdanitelného plnění místo, kde má příjemce služby sídlo nebo místo podnikání. CK tedy musí službu zdanit. Dle § 9 tohoto zákona se tedy jedná o základní pravidlo při poskytování služeb.

Varianta A na místo zdanitelného plnění

Průvodce se sídlem podnikání v ČR (plátce DPH) poskytne své průvodcovské služby pro německou CK Alltours, která nemá v ČR provozovnu. Místo zdanitelného plnění je tedy v Německu.

Zvláštní režim pro cestovní službu

Informace o uplatňování zvláštního režimu pro cestovní službu je možné nalézt v § 89 tohoto zákona. Tento režim je povinný použít poskytovatel cestovní služby, který při poskytnutí jedná se zákazníkem vlastním jménem. Pro účely zvláštního režimu jsou vymezeny tyto pojmy:

- poskytovatel – osoba, která poskytuje zákazníkovi cestovní službu a je osobou povinnou k dani,
- zákazník – osoba, které je cestovní služba poskytnuta,
- cestovní služba – poskytnutá služba zákazníkovi, která zahrnuje kombinaci služeb cestovního ruchu, popřípadě zboží.

Základem daně při poskytnutí cestovní služby je přírážka poskytovatele snížená o daň z přírážky. Tato přírážka je stanovena jako rozdíl mezi celkovou částkou, kterou poskytovatel obdržel za poskytnuté služby uskutečněné za zdaňovací období a celkovou částkou, kterou poskytovatel uhradil za nakoupené služby nebo zboží od jiných osob povinných k dani.

V případě, že je tento rozdíl záporný, základem daně je nula. V rámci tohoto režimu se uplatňuje základní sazba daně, která je v současné době 21 %.

Místem plnění při poskytnutí cestovní služby je místo, kde má poskytovatel sídlo. V případě, že je služba poskytována prostřednictvím provozovny, pak je místem plnění místo, kde je provozovna umístěna.

Stanovení obratu pro registraci k DPH

Obratem se dle § 4a odst. 1 tohoto zákona rozumí souhrn úplat bez daně, včetně dotace k ceně, které osobě povinné k dani náleží za uskutečněná plnění, kterými jsou dodání zboží a poskytnutí služby s místem plnění v tuzemsku, jde-li o úplaty za zdanitelné plnění, plnění osvobozené od daně s nárokem na odpočet daně, nebo plnění osvobozené od daně bez nároku na odpočet daně.

Do obratu se nezahrnují přijaté zálohy, protože do obratu se započítává úplata pouze za zdanitelné plnění. Tudíž se zálohy do obratu započítají až dnem zdanitelného plnění cestovní služby neboli v okamžiku, kdy je služba uskutečněna. V případě, že je cestovní služba poskytnuta ve více dnech, jedná se o den, kdy byla poskytnuta poslední služba cestovního ruchu. Rovněž se do obratu nezahrnuje úplata z prodeje dlouhodobého majetku.

Varianta A na zjištění registrace společnosti k DPH

CK ABC, s. r. o., byla zapsána do obchodního rejstříku 6. 4. 2016. Společnost se dobrovolně nezaregistrovala k DPH. Ke dni 28. 2. 2017 zjišťuje, zda nemá povinnost ze zákona o dani z přidané hodnoty dle § 6 odst. 1 podat přihlášku k registraci, jestliže jsou známé tyto údaje:

- od 1. 5. 2016 do 31. 2. 2017 přijala CK úplaty za uskutečněné zájezdy na území EU ve výši 660 000 Kč, dále v tomto období obdržela storno poplatky (pokuty) ve výši 15 000 Kč,
- v měsících prosinec a leden zprostředkovala CK prodej letenek pro leteckou společnost ČSA, za což obdržela v únoru provizi ve výši 35 000 Kč,
- v únoru 2017 prodala budovu za 1 800 000 Kč,
- v únoru 2017 přijala zálohy na zájezdy konané v červenci 2017 v celkové výši 160 000 Kč,
- v únoru 2017 přijala úplaty za uskutečněné exotické zájezdy do třetích zemí ve výši 360 000 Kč.

Tab. 4.6 Přehled úplat v CK AKBC, s. r. o.

| Úplata | Výše úplaty | Kumulovaný obrat | Poznámka |
|-------------------------|--------------|---------------------|-----------------------|
| Zájezdy v EU | 660 000 Kč | 660 000 Kč | § 4a odst. 1 písm a) |
| Storno poplatky | 15 000 Kč | | nejsou předmětem daně |
| Provize | 35 000 Kč | 695 000 Kč | § 4a odst. 1 písm a) |
| Prodej budovy | 1 800 000 Kč | | § 4a odst. 2 |
| Přijaté zálohy | 160 000 Kč | | není předmětem daně |
| Zájezdy do třetích zemí | 360 000 Kč | 1 055 000 Kč | § 4a odst. 1 písm b) |

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedené Tab. 4. 6 je možné vidět, že CK ke dni 28. 2. 2017 přesáhla 1 000 000 Kč, a to již za 10 kalendářních měsíců. Dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty § 94 odst. 1 je tedy povinna podat přihlášku k registraci, a to do 15 dnů po skončení kalendářního měsíce, ve kterém byl obrat překročen, tedy do 15. 3. 2017. Od 1. 4. 2017 se stává plátcem DPH.

5 Závěr

Cílem této práce bylo vymezení problematiky podnikání v oblasti cestovního ruchu a dále charakteristika dvou vybraných subjektů podnikajících v tomto oboru.

V teoretické části byly definovány základní pojmy týkající se podnikání a současné právní formy podnikání v České republice. Rovněž byla vymezena důležitá specifika cestovního ruchu společně s jeho historií a vývojem. Nechybělo ani vymezení důležitých právních změn, které se dotkly této oblasti v souvislosti s přijetím nového občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., který nabyl účinnosti od počátku roku 2014. Velmi zajímavé byly statistiky cestovního ruchu, zejména statistika týkající se kapacity v hromadných ubytovacích zařízeních. Vývoj této kapacity byl uveden ve dvou krajích, Moravskoslezském a Jihomoravském. V grafech uvedených v druhé kapitole byly vidět rozdíly v počtu sledovaných ukazatelů, kdy největší byly u počtu míst pro stany a karavany. Tyto rozdíly jsou způsobeny danou oblastí v krajích, kde lidé mají jiné zájmy a vyhledávají rozdílné pobyty.

V praktické části byly podrobně charakterizovány dva podnikající subjekty v oblasti cestovního ruchu. Prvním byla Slezská cestovní agentura – Václav Holan, která sídlí v Opavě. Hlavní náplní práce agentury je zprostředkování prodeje zájezdů cestovních kancelářích, přičemž za tuto službu dostává značné ohodnocení ve formě provizí. Slezská cestovní agentura nabízí širokou škálu zájezdů od svých smluvních partnerů zahrnující relaxační, poznávací i exotické zájezdy. Silnou stránkou této agentury je 24 hodinový servis a stálá klientela, kterou by si rád majitel udržel. Druhým subjektem byla Cestovní kancelář TOUR SPORT, s. r. o., sídlící v Brně. Cestovní kancelář nabízí zvýhodněné pobyty pro seniory, firmy, kolektivy a vzdělávací programy pro školy. Nechybí také nabídka zájezdů na míru. Silnou stránkou kanceláře jsou pravidelná školní ve formě infocest do zahraničí a dlouholetá působnost na trhu.

V poslední části práce byly rozebrány vybrané účetní a daňové aspekty, ve kterých se oba subjekty značně liší. Slezská cestovní agentura – Václav Holan podniká jako fyzická osoba na základě živnosti volné. Není plátcem DPH a svou daň má stanovenou ve formě paušální daně. Svou evidenci příjmů vede pomocí peněžního deníku. Naopak cestovní kancelář TOUR SPORT, s. r. o., podniká jako právnická osoba. Vede účetnictví, a to v plném rozsahu, z důvodů požadavků bankovních subjektů.

Pro osoby, které chtějí začít podnikat v cestovním ruchu, je nutné dobře si stanovit své cíle podnikání včetně vhodného vymezení své budoucí činnosti a zvážení všech rizik.

V případě, že si chce daná osoba založit cestovní agenturu a zprostředkovávat klientům zájezdy cestovních kanceláří, je nezbytné založení živnosti, konkrétně živnosti volné. Přičemž musí splňovat veškeré podmínky k provozování stanovené zákonem. Pokud se daná osoba rozhodne pro založení cestovní kanceláře, podmínky pro získání oprávnění jsou o něco přísnější. Jelikož živnost pro tuto činnost spadá do živností koncesovaných, je nutné po splnění podmínek stanovených zákonem zažádání o vydání koncese, které může trvat až dva měsíce. Rovněž je povinné mít zřízené pojištění záruky pro případ úpadku.

Seznam použité literatury

Odborná kniha

BENDA, Václav a Ladislav PITNER. *Daň z přidané hodnoty s komentářem k 1. 1. 2016*. 10. vyd. Olomouc: ANAG, 2016. 808 s. ISBN 978-80-7554-005-8.

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG Consulting, 2013. 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch*. Brno: BizBooks, 2014. 545 s. ISBN 978-80-251-2595-3.

KOLEKTIV AUTORŮ. *Meritum Účetnictví podnikatelů 2016*. 13. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 544 s. ISBN 978-7552-051-7.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

OTAVOVÁ, M., V. SOBOTKOVÁ a P. SVOBODA. *Daně a účetnictví v cestovním ruchu*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012. 164 s. ISBN 978-80-7357-868-8.

PELC, Vladimír a Petr PELECH. *Daně z příjmů s komentářem 2016*. 16. vyd. Olomouc: ANAG, 2016. 1039 s. ISBN 978-80-7554-011-9.

RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

ŠILHÁN, Josef a Damian CZUDEK. *Základy obchodního práva pro ekonomy*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2015. 218 s. ISBN 978-80-248-3171-8.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

Právní zdroje

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník

Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

Elektronické dokumenty a ostatní

ALEXANDRIA.CZ. *Smlouva o zájezdu, Smluvní podmínky a další dokumenty* [online].

[cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://www.alexandria.cz/smlouva-o-zajejdu#zajejdu>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistický bulletin - Moravskoslezský kraj - 1. až 4. čtvrtletí 2016* [online]. [cit. 2017-02-07]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/d-obyvatelstvo-predbezne-vysledky-jy4nr5ni05>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch - časové řady* [online]. [cit. 2017-02-07].

Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Česká republika od roku 1989 v číslech - 2015* [online].

[cit. 2017-02-07]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ceska-republika-od-roku-1989-v-cislech-vy42dggohg#10>

KURZY. *Nezaměstnanost v ČR* [online]. [cit. 2017-03-10]. Dostupné z:

<http://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/mira-nezamestnanosti/mesicni/>

Mapy Google. *Brno* [online]. [cit. 2017-04-27]. Dostupné z:

<https://www.google.cz/maps/place/Josefsk%C3%A1+573%2F21,+602+00+Brno-st%C5%99ed-Brno-m%C4%9Bsto/@49.191679,16.6094867,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x4712945667c77353:0x2e61c49290fbd118!8m2!3d49.191679!4d16.6116754>

Mapy Google. *Opava* [online]. [cit. 2017-04-27]. Dostupné z:

<https://www.google.cz/maps/place/Doln%C3%AD+n%C3%A1m,+746+01+Opava/@49.939654,17.9035074,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x4713d812d3fb359b:0x1cbe08b1f6c59811!8m2!3d49.939654!4d17.9056961>

PORTÁL POHODA. *Vzorový účtový rozvrh pro podnikatele 2016* [online]. [cit. 2017-04-07].

Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/ucetnictvi/ucetni-souvztaznosti/vzorovy-uctovy-rozvrh-pro-podnikatele/>

TOURSPORT.CZ. *O nás* [online]. [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://toursport.cz/o-nas/>

Seznam zkratek

| | |
|----------|---|
| a. s. | akciová společnost |
| CA | cestovní agentura |
| CeSYS | cestovní systém |
| CK | cestovní kancelář |
| D | dal (ve prospěch účtu) |
| DPH | daň z přidané hodnoty |
| IČO | identifikační číslo osoby |
| IT | informační technologie |
| Kč | korun českých |
| k. s. | komanditní společnost |
| MD | má dáti (na vrub účtu) |
| MHD | městská hromadná doprava |
| PPD | příjmový pokladní doklad |
| ROH | revoluční odborové hnutí |
| s. r. o. | společnost s ručením omezeným |
| SWOT | akronym slov Strengths, Weaknesses, Opportunities a Threats |
| VBÚ | výpis z bankovního účtu |
| v. o. s. | veřejná obchodní společnost |
| VPD | výdajový pokladní doklad |

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 5. 5. 2017


Vendula Meixnerová

Seznam příloh

Příloha č. 1 Vzor smlouvy o zájezdu

Příloha č. 2 Koncesní listina

Příloha č. 3 Pojištění proti úpadku

Příloha č. 4 Vzorový účtový rozvrh